

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra žurnalistiky

**Specifické lexikální prostředky sportovní a politické
publicistiky v užším slova smyslu v deníku Sport a Mladé
frontě DNES**

(Specific Lexical Units of Sports and Political Publicism in the Journals Sport
and Mladá fronta DNES)

Bakalářská diplomová práce

Michal Kvasnica

Vedoucí práce: Mgr. Viktor Jílek, Ph.D.

Olomouc 2014

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou diplomovou práci vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a informačních zdrojů. Práce obsahuje 95 389 znaků.

V Olomouci dne

.....

Na tomto místě bych chtěl poděkovat panu Mgr. Viktoru Jílkovi, Ph.D., vedoucímu této práce, za cenné rady, ochotu a čas, který mi věnoval, a také Barboře Bittnerové za podporu.

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá specifickými lexikálními prostředky sportovní a politické publicistiky v užším slova smyslu v deníku Sport a Mladé frontě DNES. Jejím cílem je identifikovat příznakové lexikální prostředky, zjistit četnost jejich výskytu a porovnat je v obou periodikách. Práce se skládá ze dvou částí – teoretické a praktické. Teoretický rámec byl vytvořen na základě rešerše odborné literatury, praktickou část byla udělána pomocí lexikální analýzy. Bylo zjištěno, které lexikální prostředky jsou pro daný typ publicistiky typické.

Klíčová slova

lexikologie, příznakové prostředky, sportovní žurnalistika, politická žurnalistika, publicistika v užším slova smyslu, deník Sport, Mladá fronta DNES

Abstract

This bachelor work deals with specific lexical units of sports and political publicism in journals Sport and Mladá fronta DNES. Its aim is identification of marked lexical units, detection of frequency and comparison of both journals. This work consists of two parts – theoretical and practical part. Theoretical framework was created on the base of research of professional literature. Practical part was made using of lexical analysis. It was founded which lexical units are typical for sports and political journalism.

Key words

lexicology, marked units, sports journalism, political journalism, publicism, journal Sport, journal Mladá fronta DNES

Obsah

1. Úvod	8
2. Publicistický styl	11
2.1 Dílčí oblast zpravodajská	12
2.2 Dílčí oblast publicistická v užším slova smyslu	13
2.2.1 Funkce publicistických textů	14
2.2.2 Segmentace dílčí oblasti publicistické	15
2.2.2.1 Segment informativně-edukativní	15
2.2.2.2 Segment persvazivní a získávací	15
2.2.2.3 Segment zábavní	15
2.3 Dílčí oblast syžetová (beletrizující)	16
3. Jazyk žurnalistiky	17
3.1 Tlak profese	17
3.1.1 Tlak času a prostoru	17
3.2 Lexikum publicistiky v užším slova smyslu	18
3.2.1 Automatizace	19
3.2.2 Aktualizace	20
3.3 Specifika jazyka sportovní publicistiky	20
3.4 Specifika jazyka politické publicistiky	22
4. Lexikální jednotky podle příznakových vrstev	24
4.1 Příznakové lexikum	24
4.2 Vrstvy slov podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka	24
4.2.1 Rozdíly územní	24
4.2.1.1 Slova obecné češtiny	24
4.2.1.2 Slova oblastní (regionalismy)	25
4.2.1.3 Slova nářeční (dialektismy)	26
4.2.2 Rozdíly sociální	26
4.2.2.1 Slang	26
4.2.2.2 Argot	27
4.3 Vrstvy slov podle slohových příznaků	28
4.3.1 Slova hovorová	28
4.3.2 Slova knižní	29
4.3.3 Slova odborná – termíny	30
4.3.4 Slova umělecké – poetismy	31
4.3.5 Publicismy	32
4.4 Vrstvy slov podle časových příznaků	33
4.4.1 Slova zastaralá	33
4.4.1.1 Archaismy	33
4.4.1.2 Historismy	34
4.4.2 Slova nová – neologismy	35
4.5 Vrstvy slov expresivních	36

4.5.1	Expresivita inherentní.....	36
4.5.2	Expresivita adherentní.....	37
4.5.3	Expresivita kontextová.....	38
4.5.4	Druhy expresivních příznaků podle kvality.....	38
4.5.4.1	Citový příznak pozitivní.....	38
4.5.4.2	Citový příznak negativní.....	40
4.6	Vrstva slov cizích.....	41
4.6.1	Internacionální citátová, okřídlená slova a spojení, jejich kalky.....	41
4.7	Pojmenování frazeologická a idiomatická.....	42
4.7.1	Frazeologismy.....	42
4.7.1.1	Frazeologismy nevětné.....	42
4.7.1.2	Přechodový typ mezi nevětnými a větnými frazeologismy – rčení.....	43
4.7.1.3	Frazeologismy větné.....	44
4.7.2	Idiomy.....	44
4.8	Sémaziologicko-onomaziologické derivace.....	45
4.8.1	Metafora.....	45
4.8.2	Metonymie.....	46
4.8.3	Synekdoha.....	47
4.8.4	Přirovnání.....	47
4.8.5	Hyperbola.....	48
4.8.6	Personifikace.....	48
5.	Celkový a průměrný výskyt lexikálních příznakových prostředků v analyzovaných denících.....	49
5.1	Lexikum dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka.....	49
5.2	Lexikum dle slohových příznaků.....	52
5.3	Lexikum dle časových příznaků.....	54
5.4	Lexikum dle expresivity.....	56
5.5	Slova citátová.....	60
5.6	Pojmenování frazeologická a idiomatická.....	61
5.7	Sémaziologicko-onomaziologické derivace.....	63
6.	Závěr.....	66
7.	Seznam zkratk.....	68
8.	Seznam použité literatury.....	69
9.	Seznam tabulek.....	73

1. Úvod

Sportovní žurnalistika a zejména její jazyk se vyznačuje velmi specifickými rysy. Novináři píšící o sportu v menší či větší míře užívají např. jazykové prostředky, které jsou příslušné k nespisovným útvarům národního jazyka, ať už se jedná o slangismy či profesionalismy. Objevují se zde však také obrazná pojmenování, frazeologismy více než u jejich kolegů píšících o jiných tématech.¹ Běžně se však těchto prostředků užívá i v oblastech, které se týkají všeobecných témat, tedy i v žurnalistice obecné,² do které zahrnujeme produkci politickou. Jejich jazyk je tedy snahou o aktualizaci. Z tohoto důvodu se tato bakalářská práce zabývá právě těmito dvěma typy žurnalistiky.

Tématem práce je identifikace a srovnání typů příznakových lexikálních prostředků užívaných v publicistice v užším slova smyslu ve sportovním deníku Sport a všeobecném deníku Mladá fronta DNES. Věnovat se budeme pouze jedné lingvistické disciplíně – lexikologii. Slovní zásoba jako nejnižší rovina, která se zabývá prostředky plnovýznamovými, je totiž právě tou rovinou, ve které se tyto rysy projevují nejzřetelněji. Z tohoto důvodu se budeme zabývat právě lexikologií. Základní metodou práce tak bude lexikální analýza textu. Lexikální prostředky budou identifikovány podle odborné literatury, internetové jazykové příručky Ústavu pro jazyk český Akademie věd ČR i časopisu věnovaného češtině jako mateřskému jazyku Naše řeč.

Na základě kompilace odborné literatury budou v teoretické části zpracovány příznakové lexikální prostředky, které poté budou v textech vyhledávány. Základním cílem práce je identifikovat příznakové lexikální jazykové prostředky, zjistit četnost jejich výskytu a porovnat je v obou periodikách. Identifikace proběhne dle standardní lexikální systematiky, na základě které budou určeny prostředky, které nejsou neutrální, ale příznakové. Tyto prostředky totiž nenáležitým užitím v textu mohou potenciálně působit efekt na příjemce. Bude užito standardní typologie lexikálních prostředků. Sledován nebude pouze text jako celek, ale zvláštní kategorií budou také titulky.

Vzorek bude tvořen tištěnými vydáními obou již zmíněných deníků, a to po dobu jednoho stejného měsíce – ledna 2014. Sbíráno bude šest vydání za týden, a to od pondělí do soboty, abychom dosáhli stejného vzorku. Mladá fronta DNES totiž v neděli nevychází a

¹ Mlčoch 2008, s. 287-294

² Bartošek 1993, s. 9

Sport vychází jako Nedělní Sport, který je od normálního vydání odlišný. U obou periodik budeme vycházet z průměrného rozpětí dvou stran, na kterých je věnován prostor právě publicistickým žánrům, abychom dosáhli podobného vzorku pro relevantní komparaci. Ve Sportu sice bývá těmto článkům vyčleňována pouze jedna celá strana na konci vydání,³ zbylé texty, které spadají pod publicistiku, však najdeme i na jiných stránkách. Jedná se především o poznámky, které reagují na sportovní události. U Mladé fronty DNES jsme vycházeli z dvoustrany, která je každý den věnována publicistice pod označením Názory. Sport byl vybrán, protože se jedná o jediný celostátní deník zaměřený na aktuality ze světa sportu v České republice. Mladá Fronta DNES je zase největším seriózním deníkem v zemi nejen se zpravodajstvím, ale i komentáři, servisními informacemi i oddechovým čtením.⁴ Porovnána tak záměrně budou dvě periodika odlišných kategorií.

Existuje řada různých titulů a článků, které se zabývají jazykem žurnalistiky obecně, ale i té sportovní či obecné (politické). Dosud však nebyla provedena analýza obou typů a jejich následná komparace, navíc nebylo nikde analyzováno ani lexikum v publicistice v užším slova smyslu.

Práce bude pro lepší přehlednost rozdělena na dvě části – teoretickou a praktickou. Teoretická část bude provedena na základě kompilace odborné literatury (vymezen bude publicistický styl, jeho dílčí oblasti, jazyk žurnalistiky obecně, specifika jazyka sportovní a politické publicistiky v užším slova smyslu). Vytvořena bude rovněž taxonomie příznakových lexikálních prostředků. Budou zde zařazeny vrstvy slov příslušné k nespisovným útvarům národního jazyka (obecná čeština, regionalismy, dialektismy, slangismy, argotismy, profesionalismy), vrstvy slov podle slohových příznaků (slova hovorová, knižní, termíny, poetismy, publicismy), vrstvy slov podle časových příznaků (archaismy, historismy, neologismy), vrstvy slov expresivních, cizích, pojmenování frazeologická, idiomatická a sémaziologicko-onomaziologické derivace. Na konci každé kategorie budou vypsány tři příklady příznakových lexikálních prostředků, které budou v rámci analýzy identifikovány v daných periodikách dle standardní lexikální systematiky včetně jednotlivých dílčích typů. Pokud nebude ve vzorku některý z prostředků nalezen, bude excerptum vypsáno z odborné literatury.

³ Do našeho vzorku budou zahrnuty i články, které jsou ve Sportu neterminologicky nazývány jako Glosář. Jedná se totiž o články publicistické, nikoli syžetové, jak by se podle názvu mohlo na první pohled zdát.

⁴ MF DNES. *Mediální skupina Mafra* [online]. Dostupné z:

http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all/cs_produkty-a-sluzby_mlada-fronta-dnes.htm

V praktické části bude zmíněn celkový výskyt prostředků dle jejich forem, bude kvantifikován jejich výskyt přepočtený na jedno novinové vydání a následně bude provedena komparace výskytu jednotlivých typů lexikálních prostředků v daných periodikách. Nebudou sledovány pouze lexikální prostředky v samotném obsahu sdělení, ale i titulky, které jsou podstatným prvkem. Zvláště sledovány tak budou dvě proměnné – celé texty a titulky. Budou vytvořeny tabulky, kde budou zachyceny jednotlivé kategorie příznakových lexikálních prostředků. U každé kategorie příznakových lexikálních prostředků bude dílčí shrnutí (zhodnocen bude výskyt a provedena bude vzájemná komparace).

Závěr bude vycházet z dílčích shrnutí a budou zde interpretována všechna zjištěná data. Posouzeno bude také naplnění cílů. Na základě kvantifikace jednotlivých lexikálních prostředků si uděláme představu o tom, které lexikální prostředky jsou typické pro daný typ publicistiky.

2. Publicistický styl

Pro naši práci je nutné vymezit funkční styl publicistický, neboť se budeme věnovat publicistice v užším slova smyslu, která je společně s dílčí oblastí zpravodajskou a syžetovou jeho součástí.

Publicistický styl můžeme definovat jako zobecněné a nadřazené označení pro všechny žurnalistické texty (verbální komunikáty), které vedle své funkce informativní (zpravovací, sdělné, komunikační) plní ještě funkci persvazivní, působící, ovlivňovací.⁵ Jílek dodává, že k tomuto stylu patří i veškerá sdělení produkovaná širokou množinou původců – novináři, státními orgány, stranami, sdruženími, výrobními podniky, občany aj., která jsou určena veřejnosti, širokému (heterogennímu), popřípadě určitým způsobem vymezenému publiku na základě zájmů, názorů atd. Nejčastěji jsou tato sdělení zprostředkována prostředky masového sdělení (médií), ovšem také formou např. nezprostředkovaného kontaktu s publikem v rámci veřejných vystoupení.⁶

Odlíšné vymezení publicistického stylu zmiňuje Bečka, který jej řadí mezi specifické styly pragmatické. Podle něho se jedná o nadřazený pojem, který zahrnuje žurnalistiku (denní tisk), publicistický tisk periodický (žurnalistiku v širším smyslu) a publicistiku mluvenou ve speciálních pořadech rozhlasu a televize.⁷ Doplnuje charakteristiku publicistického stylu o funkci dokumentárně informativní, která je zaměřena na působení intelektuální, a funkci občansky a politicky výchovnou, formativní, která působí na vůli, někdy i na cit.⁸

Oproti jiným stylům je publicistický styl více než kterýkoli jiný funkční styl v těsné souvislosti s ostatními; jsou uplatněny např. prvky prostěsdělovacího, odborného či uměleckého stylu.⁹ U publicistického stylu je třeba připomenout problém terminologické nejednotnosti. Čechová a kol. žurnalistiku nadřazuje zpravodajství a publicistice,¹⁰ což potvrzuje i Jílek, který pojem žurnalistický styl označuje jako hyponymum k pojmu styl publicistický. Jednoslovné označení publicistika je pak vhodné rezervovat jako neterminologické označení dílčí stylové oblasti publicistické.¹¹ Publicistický styl je třeba rozdělit na dílčí stylové oblasti,

⁵ Čechová 2003, s. 207.

⁶ Jílek 2009, s. 52

⁷ Bečka 1992, s. 33

⁸ Bečka 1973, s. 9.

⁹ Čechová a kol. 2008, s. 248

¹⁰ Čechová 2003, s. 206.

¹¹ Jílek 2009, s. 52.

a to dílí oblast zpravodajskou, dílí oblast publicistickou v užším slova smyslu a dílí oblast beletrizující, kterou Jílek označuje jako syžetovou.¹²

2.1 Dílí oblast zpravodajská

„Základem žurnalistiky vždy bylo, je a bude zpravodajství,” říká Bartošek.¹³ Důležitost či užitečnost zpravodajství potvrzuje i Trampota, podle kterého „...jsou zprávy považovány za významný atribut médií, dokonce někdy za jednu ze společenských „funkcí” komunikace.”¹⁴

Klíčovými body pro tuto dílí oblast jsou fakta a události.¹⁵ Cílem dílí oblasti zpravodajské by tak mělo být podání věcných informací o nových či aktuálních jevech a událostech, o nichž si příjemci přejí být či by měli být informováni, popřípadě o tom, co by je mohlo zajímat.¹⁶ Pro zpravodajství je tak příznačná funkce informativní, jejímž cílem je předání informace a vyrovnání informačních obsahů vědomí mezi původcem a příjemcem.¹⁷ „Pro zpravodajské texty z ní vyplývají požadavky na tzv. maximální objektivitu, dokumentárnost, vyloučení jakýchkoliv formativních prvků, subjectivity.”¹⁸ Bečka uvádí i funkci dokumentární (viz dále).¹⁹

Zpravodajství by mělo být přesné, vyvážené, nepředpojaté a poctivé při výběru, ztvárnění a následné prezentaci, nestranné, ověřené přinejmenším ze dvou na sobě nezávislých zdrojů, aktuální, včasné, jasné a srozumitelné. Na rozdíl od publicistiky nemá obsahovat novinářův názor, ale pouze tlumočit fakta.²⁰

Ve srovnání s dílí oblastí publicistickou v užším slova smyslu a syžetovou je pro tu zpravodajskou příznačná převažující nociónalita výrazových prostředků, více než užitý jazykový materiál upoutává novost, neotřelost a překvapivost tématu. Uvědomělá stereotypnost výrazových prostředků, s níž se ve zpravodajském stylu setkáváme, je připisována modelovosti vyjádření (viz dále), která je v tomto stylu velmi výrazná, protože

¹² Jílek 2005, s. 91

¹³ Bartošek 1997, s. 51

¹⁴ Trampota 2006, s. 23-24

¹⁵ Osvaldová a kol. 2001, s. 21

¹⁶ Jílek 2009, s. 55

¹⁷ Jílek 2005, s. 82

¹⁸ Jílek 2009, s. 57

¹⁹ Bečka 1986, s. 87

²⁰ Osvaldová a kol. 2011, s. 19-20

odpovídá situacím, jevům, událostem, o nichž je třeba informovat.²¹

Modelovosti vyjádření však neužívají zpravodajové pouze kvůli opakujícím se událostem, ale také kvůli dodržení požadavku aktuálnosti, který je pro zpravodajství klíčový. Důležitou zpravodajskou kategorií je také sekvenčnost, tedy kontinuální sledování témat vyvíjejících se v čase.²²

V tištěných médiích by měly být stránky, které se zabývají zpravodajstvím, jasně odděleny od těch publicistických. Příjemce by měl vědět, kdy se jedná o citaci a kdy jde o názor redaktora.²³ Bělohradský namítá, že oddělit zprávu jako takovou od jejího komentování prakticky nelze, jde o naivní iluzi, neboť i pouhý výběr zprávy předpokládá příběh.²⁴

2.2 Dílčí oblast publicistická v užším slova smyslu

Publicistika v užším slova smyslu se od zpravodajství liší tím, že je u ní informativní složka doplněna o interpretace, názory (persvazi, případně získávání) a zábavnost. Z tohoto pohledu tedy není v souladu se zásadami informační kvality. Pro tuto dílčí oblast je vlastní přítomnost formativní a zábavní funkce.²⁵ V souladu s touto Jílkovou definicí jsou také definice Chloupeka²⁶ či Minářové, která kromě žurnalistické činnosti zahrnuje pod pojem publicistika i časopisy dané doby nebo určitého zaměření, a to včetně osob, které je zveřejňují.²⁷ Publicistika obsahuje také poznávání, protože postihuje společenské jevy, příčiny jejich vzniku i vzájemné korelace. Publicistika tak nejen zobecňuje, ale i popisuje cesty, kterými k zobecnění dospěla.²⁸

Kromě komentování událostí se v publicistice objevuje i hodnocení, zároveň by publicistika měla adresáty získávat, přesvědčovat a vybízet.²⁹ Podle způsobu argumentace rozlišuje Bartošek několik typů publicistiky: analytickou, která má blízko k jazyku vědy; beletrizující, která se vyznačuje obrazným líčením událostí, užitím metafor a metonymií; blábolivou, která je nedůsledná při zjišťování faktů, nerespektuje skutečnost a nevyniká jazykovou osobitostí; manipulativní, kde je uvádění nepravdivých, pozměněných údajů ze

²¹ Čechová a kol. 2008, s. 263

²² Jílek 2009, s. 55

²³ Osvaldová, Halada a kol. 2002, s. 216

²⁴ Bělohradský 2007, s. 75

²⁵ Jílek 2009, s. 79

²⁶ Chloupek 1991, s. 201

²⁷ Minářová 2011, s. 162

²⁸ Osvaldová a kolektiv 2011, s. 14

²⁹ Bartošek 1997, s. 63

strany původce záměrně; úvahovou, která kombinuje věcné a nevěcné formy argumentace, nemanipuluje.³⁰

Estetizace a beletrizace některých žánrů publicistického stylu je zřejmá, ve výsledku se však od stylové sféry umělecké liší. Užití obrazného vyjádření v publicistice je vedeno jiným záměrem a cílem, uplatňované obrazy mají v publicistice zcela jiný charakter a jinou funkci. Metaforičnost a metonymičnost vedou sice k ozvláštňení textu – k jazykové aktualizaci – a důsledkem při užití v žurnalistice je působení a intenzifikace vyjádření. Nicméně užitá obraznost obvykle nevede k estetizaci nebo k poetizaci textu.³¹

Bečka za specifickou dílčí oblast publicistiku v užším slova smyslu nepovažuje. Hovoří o žurnalistickém slohu informačním a žurnalistickém slohu úvahovém jako o dvou aspektech stylu publicistického.³² Rozdíl mezi zpravodajstvím a publicistikou považuje za neostrý, dle jeho názoru totiž neagituje pouze publicistika v užším slova smyslu, ale i zpravodajství, byť k tomu užívá fakta.³³

2.2.1 Funkce publicistických textů

V rámci této stylové oblasti lze kromě funkce informativní, kterou jsme již definovali u zpravodajství, rozlišit i další, které vycházejí z elementární funkce konativní³⁴:

- získávací – cílem je motivovat, získávat příjemce (na základě předchozí persvaze) k určitému typu jednání;
- persvazivní – cílem je rozumově nebo psychologicky působit na postoje, ovlivňovat a formovat názory jedince, ale i početných skupin;
- direktivní – cílem je řídit jednání příjemce;
- dokumentární – jedná se o zvláštní druh funkce, kterou uvádí J. V. Bečka; jejím cílem je dát ústním sdělením trvalou hodnotu, například dokumentu;
- edukativní – usiluje o vyrovnání informačních obsahů mezi původcem a příjemcem, je však

³⁰ Bartošek 2001, s. 27-29

³¹ Minářová 2011, s. 177

³² Bečka 1986, s. 6

³³ Jílek 2009, s. 79-80

³⁴ Kromě konativní funkce řadíme mezi ty elementární ještě funkci emotivní, poetickou (estetickou), fatickou (kontaktovou), metajazykovou a referenční (deskriptivní), v rámci které se někdy zvláště vyděluje také funkce kontextová.

specifická svou cílevědomou snahou rozšířit obecný vědomostní základ příjemce sdělení.³⁵

Publicistické texty vyjadřují především postoj autora sdělení k lidem i světu a jsou emotivní (expresivní): směřují k dojmu jisté emoce (pravdivé nebo fingované) zaměřené na adresáta. Do takto pojaté publicistiky můžeme zařadit i politické projevy s propagandistickými intencemi, formální společenské texty projevující úctu, soustrast, obdiv a lásku, obhajoby a žaloby v soudnictví, náboženské a mytické texty vycházející z víry i reklamní texty sloužící prezentaci firem a nabídce výrobků či služeb v rámci marketingu.³⁶

2.2.2 Segmentace dílčí oblasti publicistické

V rámci dílčí oblasti publicistické lze na základě intencí (informativní, edukativní, persvazivní, zábavní) nebo jejich kombinací, případně také podle způsobu implicitní a explicitní realizace rozlišit segmenty publicistické produkce. Pakliže jsou však jednotlivé komunikáty součástí tematických komplexů, musí být komplex hodnocen jako celek.³⁷

2.2.2.1 Segment informativně-edukativní

Do tohoto segmentu zařazujeme sdělení, která zprostředkovávají veřejnosti výsledky vědeckého poznání. Takové texty stojí na pomezí publicistického a odborného stylu. Náleží zde také komunikáty, které seznamují čtenáře s praktickými zkušenostmi, které se týkají jejich zájmů. Třetí skupinou jsou texty dokumentární, reflektující a zachycující současnost či nedávnou minulost. U tohoto segmentu lze identifikovat dvě základní oblasti – nepersvazivní a persvazivní.³⁸

2.2.2.2 Segment persvazivní a získávací

Kromě zopakování či rozšíření informací o již známé, medializované události je předmět zájmu analyzován a hodnocen. Tento segment, který je někdy také nazýván jako úvahová a analytická publicistika, je založen na funkci persvazivní a získávací, záměrem tedy je, aby se recipient se závěry ztotožnil, přijal je, popřípadě i konal ve smyslu intence v textu.³⁹

2.2.2.3 Segment zábavní

Komunikáty patřící do tohoto segmentu by měly sloužit jako zdroj pobavení, rozptýlení či

³⁵ Jílek 2009, s. 21

³⁶ Čmejrková a kol. 1997, s. 56

³⁷ Jílek 2009, s. 84

³⁸ Jílek 2009, s. 85

³⁹ Jílek 2009, s. 86

prostředek uvolnění. Jejich úlohou je oslabování sociálního napětí. Zábavnost může být v textu jedinou funkcí, přítomna však může být i v kombinaci s dalšími funkcemi.⁴⁰

2.3 Dílčí oblast syžetová (beletrizující)

Definice dílčí oblasti syžetové a její odlišení od publicistiky v užším slova smyslu je pro naši práci velmi důležité. Nebudeme totiž analyzovat lexikum v syžetových žánrech (sloupek, fejeton aj.), přestože jsou v novinách tyto texty označovány jednoslovně jako publicistika, ale věnovat se budeme těm monologickým,⁴¹ publicistickým v užším slova smyslu.

Tuto dílčí oblast nazýváme jako syžetovou, jelikož jsou sdělení založena na užívání obrazu (syžetu). Označení beletrizující, které se v souvislosti s touto oblastí také užívá, tak není úplně přesné. Obrazem se myslí komplexní forma odrazu reality, odrazu všeobecného v jedinečném za využití syžetových fabulových či bezfabulových prostředků. Hovořit o obrazu je možné ve chvíli, kdy není k dosažení komunikačního cíle užito přímého odrazu reality, nicméně je pracováno s nepřímým pojmenováním na úrovni celého textu.⁴²

Tuto dílčí oblast, narozdíl od zpravodajské a publicistické v užším slova smyslu, nejvíce charakterizuje narůstající beletrizace vyjadřování a podíl subjektivity, se kterou vystupují do popředí individuální rysy autora, jež odhaluje svůj styl.⁴³ V lingvistické literatuře je při vyčlenění této dílčí oblasti zdůrazňováno kritérium estetické funkce, která doplňuje funkce informativní a ovlivňovací.⁴⁴ Beletrizující texty, u kterých estetická funkce přítomna není, plní identické cíle jako texty dílčí oblasti publicistické v užším slova smyslu, s tím rozdílem, že využívají odlišných postupů zpracování tématu.⁴⁵

Některé komunikáty stojí na rozhraní několika stylových oblastí a vstřebávají více či méně jejich prvky. Jedná se například o klasický novinářský fejeton a fejeton umělecký. Publicistický článek nebo referát se zase mnohdy přiklání k populárně odbornému.⁴⁶

⁴⁰ Jílek 2009, s. 88

⁴¹ Nebude tak analyzováno lexikum např. v publicistickém rozhovoru.

⁴² Jílek 2005, s. 111-112

⁴³ Minářová 2011, s. 176-177

⁴⁴ Jílek 2009, s. 96

⁴⁵ Jílek 2005, s. 111

⁴⁶ Čechová a kol. 2008, s. 269

3. Jazyk žurnalistiky

Úloha jazyka v žurnalistice není omezoována pouze na téma jazykové správnosti, je spojována i s nároky na čtivost, přesvědčivost, slohovou neotřelost, ale i na logicky uspořádanou výstavbu textu. Je třeba si uvědomit, že publicistika se odlišuje podle toho, komu jsou jednotlivé noviny nebo časopisy určeny a jací autoři v nich působí.⁴⁷

Slovní zásoba v novinách je poměrně bohatá, nicméně tato bohatost nevyplývá z bohatosti novinářského slohu, ale z pestrosti obsahu denního tisku, který zabírá velmi široký rozsah společenského dění. Užívání slovní zásoby v jazyce novin je jinak v mnohém omezeno.⁴⁸ Bečka zmiňuje například módní slova, která můžeme definovat jako slova, jejichž výskyt se zmnohonásobí tím, že se jejich význam rozšíří, a tak se stanou pohotovým prostředkem vyjadřování pro stále širší možnosti užití, což vyhovuje novinářské praxi,⁴⁹ nebo novinářská klišé, která označuje jako metaforické obraty již otřelé.⁵⁰

3.1 Tlak profese

V souvislosti s povoláním novináře zmiňuje Bartošek pojem tlak profese. Lze jím nazvat specifický komplex slohotvorných činitelů, které ovlivňují výběr jazykových prostředků a jsou jednotícím principem výstavby všech postupů a žánrů v užívaných žurnalistických sděleních a celcích. Z objektivních slohotvorných činitelů udává jako ten nejdůležitější funkci sdělení. Do kategorie subjektivních slohotvorných činitelů řadíme ty motivy řečového chování, které individualizují autora sdělení.⁵¹

3.1.1 Tlak času a prostoru

Na původce textu působí také významný nepragmatický prvek, a to faktor času spojený se samotnou informací a způsobem zpracování a zveřejnění. Dalším produkčním limitem sdělení je tlak prostoru, tedy plocha, která je pro konkrétní sdělení určena.⁵² „Autoři dostávají úkol psát na stanovený počet řádků, někdy bez ohledu na důležitost či zajímavost tématu. Jen zkušení žurnalisté dokáží stanovit si svůj komunikační záměr tak, aby jeho

⁴⁷ Čmejrková a kol. 1996, s. 172

⁴⁸ Bečka 1973, s. 25

⁴⁹ Bečka 1986, s. 13

⁵⁰ Bečka 1986, s. 16

⁵¹ Bartošek, *Tlak profese – specifický faktor ovlivňující jazyk žurnalistiky* [online]. Naše řeč. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7673>

⁵² Jílek 2009, s. 56

jazykové zpracování odpovídalo významu a zajímavosti sdělení.”⁵³

Tlak času i prostoru je tedy jedním z produkčních limitů a také mocným žurnalistickým faktorem, který působí ve všech masmédiích. Důsledkem tlaku času a prostoru je obecně modelovost — stereotypnost textů. Autoři komunikátů si však mnohy neuvědomují, že takovou stereotypnost recipient očekává, proto se snaží šablonovitému vyjádření vyhýbat různými aktualizacemi.⁵⁴

Bartošek za příklady důsledků produkčních limitů v psaných textech dále uvádí nenáležitě užívání cifer místo slov u základních číslovek, kratší synonyma v titulcích, užívání neznámých odborných názvů bez vysvětlení či špatné skloňování cizích osobních jmen a jiných propriet.⁵⁵

3.2 Lexikum publicistiky v užším slova smyslu

V této části práce definujeme lexikální prostředky, které jsou typické pro publicistiku v užším slova smyslu. Detailněji se jim budeme věnovat z důvodu zaměření práce právě na lexikální jednotky ve vybraných publicistických článcích.

Jazykově publicistiku můžeme charakterizovat modelovostí, automatizací vyjádření, ale zejména pak prostředky stylové aktualizace, aktivizace, které v této oblasti výrazně převažují (viz dále). Svou úlohu zde mají i frazémy, jejichž funkčnost spočívá v jazykové aktualizaci a intenzifikaci výrazu, okazionalismy či autorské neologismy, které přispívají k expresivitě, nejčastěji k humoru. V textech publicistického stylu se objevují „...čtené metaforické derivace, někdy významově zamlžující, vytvářející charakteristická dvojčlenná, někdy i rozvitá spojení slov.” Kromě obrazného vyjádření se v této dílčí oblasti vyskytují rozmanité tropy, figury a jiné stylově aktivní výrazové prostředky. Zajišťují realizaci funkce persvazivní a získávací, protože obraznost vyjádření poutá pozornost adresáta. Projev je tak emocionálnější, a proto působivější.⁵⁶

„Český tisk bývá zaplaven přirovnáními, metaforami a metonymiemi z lidové řeči, k

⁵³ Bartošek, *Tlak profese – specifický faktor ovlivňující jazyk žurnalistiky* [online]. Naše řeč. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7673>

⁵⁴ Bartošek, *Tlak profese – specifický faktor ovlivňující jazyk žurnalistiky* [online]. Naše řeč. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7673>

⁵⁵ Bartošek, *Tlak profese – specifický faktor ovlivňující jazyk žurnalistiky* [online]. Naše řeč. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7673>

⁵⁶ Minářová 2011, s. 175

*nim se druzí obrazná rčení nynějších uživatelů jazyka, zato dosti omezený a stereotypně opakovaný je repertoár přejatý z mluvy biblické a náboženské vůbec, stejně otřele bývá vytěžováno několik motivů antických, mytologických a historických, rádo se sahá k obrazným rčením přeneseným z metajazyka, čerpá se z notoricky známých citátů literárních.*⁵⁷

Lze identifikovat dva základní důvody použití obrazných prostředků. Prvním může být motivace a udržení příjemcovy pozornosti poutavým, zajímavým, vtipným vyjádřením. Druhým zase dosažení snazšího dorozumění mezi původcem a příjemcem sdělení zpřístupněním složitějších pojmů, jevů, souvislostí, myšlenek, na základě vyvolání asociace ve vědomí příjemce. Nadále však platí, že užití těchto prostředků nenarušuje přímé publicistické pojmenování, nepracuje se syžetem.⁵⁸

3.2.1 Automatizace

Pro lepší porozumění je třeba uvést, že pojem automatizace je synonymní s pojmy modelovost, standardizovanost či schematizace.⁵⁹

Automatizaci zmínil Havránek už v roce 1932 a definoval ji jako užívání jazykových prostředků, a to buď izolovaných, nebo vzájemně spojovaných, jaké je obvyklé pro určitý úkol vyjádření. Takové výrazy nebudí pozornost, jsou přijímány jako konvenční.⁶⁰ Automatizace tedy spočívá v opakovaném užívání stejných jazykových prostředků, je chápána jako otřelé, očekávané vyjadřování.⁶¹

Typickým projevem automatizace je v rovině lexikální například ekonomizace, zužování slovní zásoby, užívání zejména publicismů, ustálených spojení nebo nezbytného okruhu internacionalismů. V syntaxi jsou vzhledem k užití výkladového, úvahového postupu užívány věty a souvětí rozsáhlejší, vniřně strukturované. Za projev automatizace v rovině textu můžeme pokládat užívání textových vzorců při produkci sdělení a rozsáhlé úvahové a výkladové texty, v jejichž rámci jsou uplatňovány objektivizační textové komponenty.⁶²

⁵⁷ Chloupek, *Funkční styly dnes* [online]. Naše řeč. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7174>

⁵⁸ Jílek 2009, s. 97

⁵⁹ Jílek 2009, s. 56-57

⁶⁰ Čechová a kol. 2008, s. 250

⁶¹ Mlčoch 2008, s. 287-294

⁶² Jílek 2009, s. 81

3.2.2 Aktualizace

Aktualizaci, pro kterou Chloupek užívá synonyma aktivizace⁶³, můžeme definovat jako užívání jazykových prostředků způsobem budícím pozornost, které je přijímáno jako neobvyklé, zbavené automatizace.⁶⁴ Jedná se o nové tendence ve vyjadřování, neustále obměňované a stylově aktivní.⁶⁵ Bečka aktualizaci doplňuje o osobní vystižení skutečnosti s plným využitím osobního a osobitého výběru výrazových prostředků.⁶⁶ Snahou je zaujmout čtenáře, použít neotřelé pojmenování.⁶⁷

Typická pro proces aktualizace je neologie, vznik nových výrazových prostředků (okazionalismy, obměny frazeologismů atd.), často s nepřímým pojmenováním skutečnosti, popřípadě je užíváno také kontextové expresivity. Výjimkou není obraznost, figury a tropy i řečnické odpovědi, otázky a další typy expresivity.⁶⁸

V souvislosti s aktualizací se setkáváme také s pojmem dynamizace. Čechová ji charakterizuje jako typický prostředek krásné literatury, setkáme se s ní nejčastěji u charakteristiky nebo líčení.⁶⁹ Mistrík zmiňuje dynamizaci v souvislosti s výstavbou textu. Podle něj je dynamický styl typický pro mluvené a umělecké projevy s větším indexem opakování slov a častějším užíváním expresiv.⁷⁰

Aktualizace a automatizace jsou procesy, které se vzájemně doplňují, jeden přechází v druhý. Původně aktualizovaný prostředek, který sloužil k ozvláštňení projevu, se totiž stálým opakováním automatizuje, ztratí svou příznakovost, nápadnost. Naopak prostředek automatizace přenesený do jiné komunikační sféry nebo jen užitý v jiném než očekávaném kontextu (situačním nebo dobovém) působí aktualizované, příznakově.⁷¹

3.3 Specifika jazyka sportovní publicistiky

„Myslím si, že psát o sportu není sranda. Někomu se může zdát tahle hora sportovní literatury nízká, ale mně se zdá náramně vysoká. Zdála se i jiným pánům od pera a psacích strojů. O sportu psali Bass, Poláček, Hemingway, London a další. Sport je

⁶³ Chloupek 1986, s. 21

⁶⁴ Havránek 1932, s. 52-53

⁶⁵ Čechová 2003, s. 213

⁶⁶ Bečka 1992, s. 42

⁶⁷ Jílek 2004, s. 117

⁶⁸ Jílek 2009, s. 82

⁶⁹ Čechová 2003, s. 81

⁷⁰ Mistrík 1985, s. 47

⁷¹ Čechová a kol. 2008, s. 36

nenahraditelný. Stejně jako to pivo. Lidé nejsou zvědaví, aby jim někdo vyprávěl o pivě, raději si zajdou rovnou do hospody.”

Ota Pavel

V současnosti obsahují všechny velké české deníky sportovní stránky, deník Sport je tomuto odvětví věnován kompletně. Děkanovský tento fakt vysvětluje tím, že periodika, která dříve sport přehlížela, nanejvýš o něm informovala strohým výsledkovým zpravodajstvím, musela rozšířit své sportovní stránky, aby získala širokou čtenářskou obec. „*Nezbytně se tak nyní sport nabízí i v rozhovorech s aktéry, profilech slavných sportovců, zasvěcených komentářích odborníků nebo v historických exkursech, které čtenářům přibližují širší kontext dané sportovní události.*”⁷²

„*Jazyk sportovní žurnalistiky je (v dobrém i špatném smyslu) pověstný svou kreativitou, neustálým obměňováním výrazů, které se – zejména lidem mimo sport – ještě ani nevžily.*”⁷³ Šimandlovo tvrzení podporuje Mlčoch, který tvrdí, že nejen pišící žurnalisté, ale i komentátoři a reportéři pocítují potřebu své projevy oživit – aktualizovat,⁷⁴ i Bartošek, podle kterého „*...si sportovní publicistika libuje v expresivitě.*”⁷⁵ Obraznost je tedy pro sportovní publicistiku charakteristická. Metafory však pro svou jednoduchost často ztrácí na své působivosti, recipient ji tedy nevnímá jako něco, co výrazně vybočuje z publicistického textu. Přesto ale na něj takto obohacený text působí výrazněji a emocionálněji.⁷⁶

Pro sportovní publicistiku je příznačná automatizace.⁷⁷ Užívání modelovosti vyjádření je logické. Sportovní události se totiž opakují, tudíž jsou podobná i témata článků. Referáty sportovních novinářů z utkání pak sklouzávají ke stereotypnosti, což se projevuje právě jazykovými prostředky, které jsou v textech užity a které recipient očekává. Ve sportovních komunikátech se automatizace projevuje nejčastěji užíváním publicismů, frazémů, slangových výrazů, v menší míře pak termínů, slov knižních či zastaralých výrazů.⁷⁸

⁷² Děkanovský 2008, s. 42

⁷³ Šimandl, *Jak se šíří vychytávání I* [online]. Naše řeč. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7768>

⁷⁴ Mlčoch 2008, s. 287-294

⁷⁵ Bartošek 1997, s. 67

⁷⁶ Mlčoch 2002, s. 15

⁷⁷ Mlčoch 2008, s. 287-294

⁷⁸ Mlčoch 2008, s. 287-294

3.4 Specifika jazyka politické publicistiky

„Slovo má velikou moc. Proniká i do uzavřených srdcí a přináší světlo poznání. A co teprve když těchto slov jsou denně statisíce a obracejí se denně ke statisícům čtenářů celého národního společenství, jak je tomu u denního tisku! Noviny formují veřejné mínění a jsou velikou politickou silou.“

J. V. Bečka⁷⁹

Nejvýznamnější charakteristické rysy má jazyk současné české politiky ve slovní zásobě, tematice a kompozici komunikátů. Daleko více než dříve se užívá slohové příznakové slovní zásoby; výběr témat odpovídá politickým záměrům autorů, uspořádání témat v polytematických textech se diverzifikovalo a vyniká vztah produktorů k tématům. Na významu nabylo horizontální a vertikální členění textu. Základním slohotvorným činitelem jazyka i kompozice politických textů je persuzivnost – snaha získat adresáta pro sebe a diskvalifikovat oponenta či opozici. Vyjadřuje se daleko průkazněji a intenzivněji než dříve, má i mnohem rafinovanější, skrytější podobu.⁸⁰

Lexikální stylová vrstva politických textů je neobyčejně bohatá a výrazná. Tvoří ji zejména nepřímá pojmenování (metafory, metonymie, synekdochy), pojmenování expresivní, pojmenování pojmově neurčitá a mnohoznačná (nedefinovaná), okazionalismy, výrazy cizí, citátové, módní výrazy a klišé; významná je i frekvence slovní zásoby a index opakování lexikálních jednotek.⁸¹ Militantní politická publicistika se pak nevyhýbá ani vulgarismům.⁸²

Bartošek u politické publicistiky zmiňuje zejména obrazné vyjadřování. Politikové a političtí žurnalisté si jej oblíbili, tvoří celé alegorické texty. Obraznému vyjadřování se dokonce někteří politikové, a zejména političtí žurnalisté, věnují více než samotné věcnosti obsahu textu.⁸³ Takovou potřebu tvůrčího uspokojení definujeme jako literární (verbální) exhibicionismus, který vede k tomu, že novináři i politikové mluví a píšou dlouhé texty.⁸⁴

Pro politickou publicistiku jsou charakteristické některé mikrokompoziční prostředky horizontálního členění textů. Důležitou úlohu zde mají perex a lead, výběr a posloupnost témat, vztah k tématům a zejména titulky, o kterých je známo, že v publicistice vlastně tvoří jádro či

⁷⁹ Bečka 1974, s. 5

⁸⁰ Bartošek 1993, s. 8

⁸¹ Bartošek 1993, s. 9

⁸² Bartošek 1997, s. 67

⁸³ Bartošek 1993, s. 10-11

⁸⁴ Bartošek 1993, s. 45

téma textu, mívají i funkci upozorňovací. Podle titulku (ale i jazykové a tematické analýze textů) lze poměrně snadno zjistit míru objektivity či zaujatosti autora textu.⁸⁵

⁸⁵ Bartošek 1993, s. 18

4. Lexikální jednotky podle příznakových vrstev

4.1 Příznakové lexikum

Velkou většinu slovní zásoby spisovného jazyka tvoří slova, která mají funkci čistě pojmenovavací bez jakýchkoli vedlejších příznaků, nazýváme je jako slova neutrální.⁸⁶ Tyto prostředky nejsou spjaty s konkrétním funkčním stylem, najdeme je v komunikaci všech stylových sfér.⁸⁷ Zbývající menší skupina slov má kromě funkce pojmenovavací také různé druhy příznaků. Ve slovní zásobě tak lze identifikovat vrstvy slov se specifickými rysy, jež jsou charakterizované příslušností k nespisovným útvarům národního jazyka, původem slova, časovým zakotvením, frekvencí užití, stylovými příznaky a přítomností expresivity.⁸⁸ Lexikální jednotky s příznakem patří k proměnlivé části až periférii slovní zásoby. Jedno slovo může patřit k více vrstvám slovní zásoby současně, neboť se příznaky mohou navzájem překrývat.

V následující části práce, kde se budeme věnovat právě jednotlivým vrstvám, jsme vycházeli převážně z Jílkovy lexikální systematiky. Za základní kritérium pro členění slovní zásoby můžeme považovat příslušnost ke spisovným a nespisovným útvarům národního jazyka.⁸⁹

4.2 Vrstvy slov podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka

Všechny lexikální jednotky spadající do této kategorie jsou příslušné k hovorovému lexiku. Nemáme však na mysli hovorovou češtinu, neboť toto terminologické sousloví označuje mluvenou formu spisovného jazyka.⁹⁰

4.2.1 Rozdíly územní

4.2.1.1 Slova obecné češtiny

Obecná čeština bývá označována za nespisovný útvar interdialektové povahy s výraznými středočeskými rysy, má historický charakter středočeského dialektu nebo interdialektu. Jedná se o mluvu, která se běžně užívá v celých Čechách, v některých jazykových jevech dokonce přesahuje i na Moravu. Přestože jsou slova obecné češtiny nespisovná, pronikají do projevů polooficiálních

⁸⁶ Hauser 1980, s. 18

⁸⁷ Minářová 2011, s. 49

⁸⁸ Jílek 2005, s. 8

⁸⁹ Jílek 2000, s. 4

⁹⁰ Jílek 2005, s. 8-9

a veřejných, například žurnalistických.⁹¹

Stále širší užívání slov obecné češtiny připisuje Jílek demokratizaci jazyka, která se projevuje také právě přibližováním spisovného jazyka jeho mluvené podobě.⁹² U jednotlivých rysů obecné češtiny jde navíc i o prvky, které stojí na pomezí spisovnosti. Není výjimkou, že dříve nespisovné hláskové či tvarové varianty bývají pojaty do spisovného jazyka.⁹³

Příklady:

Mladá fronta DNES, 21. ledna, str. 10, Služebníček

„Tahle místa nebudou moci ministři rušit, a tudíž dotyčné úředníky ani vyhazovat, byť by se ukázalo, že je to úplně zbytečný *flek*.“

Sport, 22. ledna, str. 19, Kováč? Sparta nemá šéfa

„Říkám nové, víme přece už o spart'anech Krejčím nebo Hušbauerovi s Dočkalem, pak jsou tu *Plzeňáci* jako Limberský, Rajtoral, Hořava, Kolář.“

Sport, 30. ledna, str. 22, O penzistech a *policajtech*

4.2.1.2 Slova oblastní (regionalismy)

Jako slova oblastní nebo regionalismy označujeme slova, jejichž užívání přesahuje hranice jednoho nářečí a rozšiřuje se na větší oblast. Dělí se na moravismy (skupina slov užívaných na území Moravy) a čechismy (slova s omezeným výskytem na území Čech).⁹⁴

V některých případech se v obou oblastech užívá stejných slov v jiném významu. Jedná se o tzv. sémantické moravismy a sémantické čechismy. Existují však i některé moravismy a čechismy se spisovnou hodnotou v obou případech.⁹⁵ Pro potřeby této práce jsme všechny regionalismy zařadili do společné kategorie.

Jelikož nebyl v analyzovaném vzorku nalezen žádný regionalismus, uvádíme příklady od Hausera: *dědina* – vesnice (moravismus), *špitat* – šeptat (čechismus), *sifon* – sodovka, *sodovka* –

⁹¹ Minářová 2011, s. 26

⁹² Jílek 2005, s. 9

⁹³ Čmejrková a kol. 1997, s. 165

⁹⁴ Hauser 1980, s. 21

⁹⁵ Jílek 2005, s. 10

limonáda (sémantické moravismy).⁹⁶

4.2.1.3 Slova nářeční (dialektismy)

Jako slova nářeční neboli dialektismy nazýváme slova, která jsou užívána jen na území nářečním a jsou neznámá příslušníkům jiných oblastí. Dialektismy můžeme nalézt v uměleckém stylu, kde slouží jako charakterizační prostředky.⁹⁷ Mistrík dodává, že u dialektismů nejde pouze o užívání odlišných lexikálních prostředků, ale jedná se také o změny v morfologii, výslovnosti, nejméně pak v syntaxi.⁹⁸ Jílek za příklady dialektismů uvádí slova jako *erteple* (brambory), *brundibár* (chroust) nebo *mrskut* (pomlázka). Zároveň odlišuje tzv. interdialekt (nahnářečí). Jde o větší nářečí vzniklé, po vymizení rozdílů, z několika dílčích dialektů.⁹⁹

Příklady:

Sport, 28. ledna, Vrána k vráně sedá, str. 23

„Ač to dopadlo vcelku rozumně, zbyla z toho kocovina, jak když je jeden *nachmelené medovinó*.”

Další dialektismy nalezeny nebyly. Jílek za příklady uvádí například slova *mrskut* (pomlázka) či *hyjta* (návštěva).

4.2.2 Rozdíly sociální

4.2.2.1 Slang

Slang definujeme jako nespisovnou část lexikální zásoby, která je vázána na prostředí, proto bývá někdy označován jako “sociální nářečí”. Skládá se ze dvou částí. Tou první je slovní zásoba profesionální (stavovská, tzv. profesionalismy), do které řadíme nespisovné odborné názvy, pojmenování a obraty používané lidmi v určité profesi ke komunikaci v běžném pracovním styku. Pro profesionalismy je typická ekonomizace vyjadřování, velké množství tradičních pojmenování i řada internacionalismů.¹⁰⁰

Druhá část se označuje jako slovní zásoba slangová (slang v užším smyslu), je vázaná na projevy zájmových skupin. K této části se řadí např. studentský slang, což však podle Hausera

⁹⁶ Hauser 1980, s. 21

⁹⁷ Hauser 1980, s. 22

⁹⁸ Mistrík 1985, s. 100

⁹⁹ Jílek 2005, s. 10

¹⁰⁰ Jílek 2005, s. 11

není zcela přesné, neboť jeho uživatelé netvoří skupinu zájmovou,¹⁰¹ slang myslivců, rybářů nebo sportovců.¹⁰² Pro slang v užším slova smyslu je typická bohatá synonymita, snaha o nové a vtipné vyjadřování, citové zabarvení,¹⁰³ ale i obraznost vyjádření, metaforičnost nebo expresivnost.¹⁰⁴

Pro obě skupiny je pak příznačný způsob utváření pojmenování. Jde o univerbizaci, která souvisí s jazykovou ekonomikou, haplologií nebo sémantické tvoření na základě metafor, metonymií, které bývá podmíněno nezvyklostí.¹⁰⁵

„V případě sociálního členění některá profesní či slangová pojmenování, zejména tam, kde schází spisovný jednoslovný ekvivalent, ztratila nespisovný příznak a jsou běžné, bez stylového omezení užívána jako neutrální. Mnohé z těchto jednotek terminologizovaly (zřetelné je to například ve sportovní oblasti: sjezdař, slalomář, košíkář, bruslař, sjezdovka aj.) a staly se neutrálními v odborné stylové sféře.“¹⁰⁶

Příklady:

Sport, 29. ledna, Vítejte v Kocourkově!, str. 19

„Kdyby seděl jen na klubové židli, tak je to asi v pohodě, jeden **bafuňář** dostal druhého.“

Sport, 25. ledna, O umění včas odejít, str. 19

„Ve středu hřiště opět není k nalezení klasický **špilmachr**, spoléhat už dnes na teenagera Januzaje, že něco vymyslí, a ještě přidá nějaké góly v každém zápase, to je vážně předčasná myšlenka.“

Sport, 22. ledna, Kováč? Sparta nemá šéfa, str. 19

„V lize nějaké nové osobnosti pro **repre** nevidím.“

4.2.2.2 Argot

Názvem argot se označuje zvláštní vrstva slov užívaná závadovými členy společnosti. Cílem je znesnadnit dekódování sdělovaného obsahu.¹⁰⁷ Zároveň se jedná o známku zařazení se k

¹⁰¹ Hauser 1980, s. 23

¹⁰² Jílek 2005, s. 11

¹⁰³ Jílek 2005, s. 11

¹⁰⁴ Grepl a kol. 2003, s. 94

¹⁰⁵ Hauser 1980, s. 25-26

¹⁰⁶ Jílek 2005, s. 12-13

¹⁰⁷ Jílek 2005, s. 12

této skupině a snahu diverzifikovat se od jiných sociálních skupin.¹⁰⁸

Některé argotismy, které uvádějí lingvisté (např. Hauser)¹⁰⁹ ve svých publikacích, již nemůžeme považovat za platné, neboť již vešly v obecnou známost, tudíž logicky přestaly plnit svou funkci.¹¹⁰ Těchto slov se nicméně užívá i nadále, zmocňují se jich jiné sociální skupiny.¹¹¹ Prostřednictvím slangu nebo mluvy mládeže se argotismy rozšířily také do obecné češtiny,¹¹² důvodem je snaha po neotřelém, vtipném vyjadřování, vymezení se oproti starší generaci v oblasti jazyka či snaha provokovat.¹¹³

Podle Chloupeka nemají argotismy předpoklady pro další rozvoj,¹¹⁴ Čechová však tvrdí, že „...realita nás přesvědčuje o tom, že argot žije dále.”¹¹⁵

4.3 Vrstvy slov podle slohových příznaků

Lexikum můžeme podle slohových příznaků dělit na zvláštní vrstvy slov hovorových, knižních, termínů, poetismů a publicismů. Ostatní slova, která nejsou zařaditelná do jedné z těchto vrstev, tvoří stylovou vrstvu neutrální, mohou být použita v libovolném projevu jakékoliv stylové oblasti.¹¹⁶

4.3.1 Slova hovorová

K lexikální slohové vrstvě hovorové řadíme pojmenování, která se užívají především v mluvených projevech stylové oblasti prostě sdělovací. V jiné oblasti jsou tato slova brána za příznaková, ať už se jedná o záměr autora (publicistika, krásná literatura), nebo o stylistickou chybu.¹¹⁷

Uvnitř této lexikální vrstvy se vydělují dvě části – spisovná a nespisovná. Spisovná slova náleží do tzv. hovorové češtiny, nespisovná část je složená z pojmenování územně a sociálně

¹⁰⁸ Hauser 1980, s. 28

¹⁰⁹ Ve své knize *Nauka o slovní zásobě* za příklady argotismů uvádí např. slova *prachy*, *love* (peníze), *loch* (vězení) nebo *být švorc* (bez peněz).

¹¹⁰ Jílek 2005, s. 12

¹¹¹ Hauser 1980, s. 28

¹¹² Hubáček 1987, s. 87

¹¹³ Jílek 2005, s. 12

¹¹⁴ Chloupek, *O sociální a územní rozrůzněnosti češtiny* [online]. Naše řeč. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5440>

¹¹⁵ Čechová a kol. 2008, s. 69

¹¹⁶ Jílek 2005, s. 13

¹¹⁷ Jílek 2005, s. 13-14

začlenitelných.¹¹⁸ Pro naši práci vydělovány tyto části nebudou, všechny tyto jednotky budou zahrnuty pod slova hovorová.

Pronikání slov mezi spisovnou a nespisovnou částí stále postupuje, takže pomyslné hranice mezi oběma částmi nejsou pevné. Důsledek prostupování těchto vrstev se potom projevuje v tom, že se slova pocítují jako hovorová, obecná nebo slangová. Jelikož se jazyk neustále vyvíjí a hovorová slova patří k živému mluvenému jazyku, ztrácí časem některé výrazy a spojení příznak nespisovnosti, někdy mohou ztratit i příznak hovorovosti a stávají se tak neutrálním slovem. Živost a novost je tedy pro hovorovou vrstvu příznačná, naopak se s ní neslučuje archaičnost.¹¹⁹

Příklady:

Mladá fronta DNES, 10. ledna, Zemanovy výhrady: má pravdu, ale co jeho Březina a Gross?, str. 10

„Soupeřům sem tam dává *nefér* podpásové údery a občas dělá fauly – jako třeba před rokem v prezidentské kampani, což dokonce řekl Nejvyšší správní soud.

Mladá fronta Dnes, 8. ledna, Záhady Hradu, Záhady Hradu, str. 10

„Proces jmenování vlády Bohuslava Sobotky doprovází tajemná atmosféra spekulací a *fám*.

Sport, 23. ledna, Český Mourinho se vrací, str. 23

„A ti, jež jsou zrovna bez místa, se rádi připomínají ve chvíli, kdy to kolegovi z *branže* zrovna extra nejde, tuší totiž džob.“

4.3.2 Slova knižní

Na rozdíl od lexika hovorového se slova knižní váží především na psaný jazyk, kde je u komunikátů vyžadováno užití spisovného jazyka, nicméně objevují se i v projevech slavnostního rázu.¹²⁰ Mistrík uvádí i starší vymezení, které bylo založené na opozici knižnost – mluvenost, proto bylo knižní vše, co nebylo mluvené.¹²¹ Nespojují se s žádným funkčním stylem, s výjimkou hovorové stylové oblasti se vyskytují ve všech ostatních.¹²² Knižní lexikum tvoří například základ

¹¹⁸ Jílek 2005, s. 14

¹¹⁹ Hauser 1980, s. 30

¹²⁰ Jílek 2005, s. 14

¹²¹ Mistrík 1985, s. 74

¹²² Hauser 1980, s. 31

stylové vrstvy umělecké,¹²³ zautomatizovalo také ve stylu odborném.¹²⁴

Identifikace knižních slov probíhá takovým způsobem, že se dané slovo srovná se synonymem, které je slovem neutrálním. Knižní charakter pak mají také infinitivní tvary zakončené na *-ti*, a *-ci*. Není výjimkou, že knižní slova mají i časovou charakteristiku archaismů. V průběhu času však může dojít ke “zknížnění”, přechodu mezi vrstvou neutrální a knižní.¹²⁵

Jílek¹²⁶ i Hauser¹²⁷ se shodují na zvláštním vydělení papírových slov uvnitř vrstvy knižní, která jsou častá v administrativním vyjadřování.

Příklady:

Sport, 4. ledna, O hvězdách, i pohaslých, str. 19

„Bonetti měří ***toliko*** 180 centimetrů, a proto se musel spoléhat především na postřeh a mrštnost.”

Mladá fronta DNES, 18. ledna, Máme premiéra, str. 10

„Spustit ***záhy*** vzájemné vyvražďování uvnitř koalice je v tradici české politiky a má to i svou inspirující logiku – sourodý organismus nynější vládní koalice netvoří a rozpory v něm žádná rétorika koaliční smlouvy nezastře.”

Mladá fronta DNES, 20. ledna, Obama hledá hranici mezi dobrým a zlým světem, str. 10

„Sledovat dobrodružství ***chrabrého*** agenta Jejího Veličenstva JB (Jamese Bonda) neklade na diváka žádné velké nároky.”

4.3.3 Slova odborná – termíny

Lexikální stylovou vrstvou odbornou tvoří především termíny a terminologická spojení.¹²⁸ Termín můžeme definovat podle Mistríka jako pojmenování pojmu v soustavě pojmů vědného nebo výrobního oboru.¹²⁹ Hauser označuje termín za lexikální jednotku, která slouží odbornému vyjadřování s přesným, zpravidla pojmovým významem, je ve svém oboru jednoznačná, ustálená a normalizovaná bez vedlejších příznaků citových. Souhrn pojmů pak tvoří odborné názvosloví,

¹²³ Krčmová a kol. 1997, s. 70

¹²⁴ Jedlička 1970, s. 40

¹²⁵ Jílek 2005, s. 14-15

¹²⁶ Jílek 2005, s. 15

¹²⁷ Hauser 1980, s. 32

¹²⁸ Jílek 2005, s. 15

¹²⁹ Mistrík 1985, s. 77

terminologii.¹³⁰

Čermák s Filipcem uvádí jako vlastnosti termínů přesnost, jednoznačnost a ustálenost,¹³¹ Jílek doplňuje o normalizovanost, nosnost a neexpresivnost. Tato kritéria musí termín z hlediska jazykového, ale i s ohledem na konkrétní vědní obor splňovat.¹³²

Slova odborná jsou nepříznaková pro odbornou stylovou oblast, přes její dílčí stylovou oblast popularizační přecházejí do publicistické, někdy i do hovorové oblasti. Takové jednotky mohou ztratit svůj původní přesně vymezený obsah, dochází k tzv. determinologizaci, přestávají mít platnost termínů. Mohou se stát i módními slovy.¹³³

Příklady:

Sport, 3. ledna, Výtečná zpráva pro Slavii, str. 16

„A zadruhé, mužstvo vstřelilo nejméně gólů ze všech, pouhých dvanáct, z toho útočníci jenom šest – když tedy za forvarda považujeme přeuceného záložníka Juhara, se čtyřmi brankami nejlepšího střelce týmu.“

Sport, 17. ledna, U Obamy a u Zemana, str. 23

„Americký prezident pak mimo jiné glosoval bohaté tetování a divokou image pivota Chrise Andersena, načež si rýpl do rozehrávače Maria Chalmerse, časté oběti nadávek slavnějších spoluhráčů.“

4.3.4 Slova umělecké – poetismy

Poetismy jsou slova omezená na užívání v uměleckém stylu, která tvoří nepříliš rozsáhlou lexikální vrstvu. Ta byla utvářena zejména v básnickém jazyce jako snaha o ozvláštňení a odlišení od jazyka běžného. V současnosti příliš nedochází k vytváření poetismů současnými básníky, výjimky pak mají ráz neologismů. Z tohoto důvodu má většina poetismů kvůli době svého vzniku příznak zastaralosti.¹³⁴

Dá se konstatovat, že si v minulosti každé literární období (i literární školy a osobnosti) vytvářelo vlastní typ poetismů. Velká část poetismů zanikla, jiné jsou i nyní jako poetismy brány, některé získaly příznak knižnosti, proto jsou pocíťovány za archaické, některá skupina slov pak

¹³⁰ Hauser 1980, s. 32-35

¹³¹ Čermák, Filipce 1985, s. 94

¹³² Jílek 2005, s. 15-17

¹³³ Jílek 2005, s. 15

¹³⁴ Hauser 1980, s. 40

naopak svůj příznak ztratila a je považována za neutrální.¹³⁵

Poetismy v našem vzorku nalezeny nebyly, za příklady uměleckých slov Jílek uvádí *bol* nebo *pábení* od Bohumila Hrabala či *hrdobce*, což vymyslela literární škola májovců.

4.3.5 Publicismy

*„Publicismy jsou jednoslovné i viceslovné lexikální prostředky nepříznakové ve stylové oblasti publicistické, které vycházejí vstříc specifickým požadavkům komunikátů určených pro širší publikum (novinářských, politických, reklamních).“*¹³⁶ Chloupek v publikaci *Stylistika češtiny* však namítá, že kvůli trvalému procesu automatizace a aktualizace, který je pro publicistiku typický, není jednoduché publicismy vymezit. Podle něj většinou nelze hodnotit jednotlivé výrazy, ale až více či méně ustálené spojení.¹³⁷

Jílek v souvislosti s publicismy zmiňuje proces automatizace a aktualizace také, označuje je však oba za jedny z důvodů vzniku tohoto lexika. Jako další způsob vzniku publicistických slov a spojení uvádí posun významu lexikálních jednotek původně náležejících do jiných oblastí vyjadřování, i zcela neutrálních a sémantický přenos.¹³⁸

Charakter módních slov získává lexikum, které je užíváno často. Jedná se o specifický jev pro publicistickou oblast. Publicismy, které jsou nadužívány, pak označujeme jako klišé. Hauser o existenci zvláštní lexikální vrstvy publicistické pochybuje, takže ji ani nezmiňuje.¹³⁹

Příklady:

Sport, 18. ledna, O zajímavé přestupové politice Viktorie Plzeň i Vaňkově reprezentačním omylu, str. 19

„Vaněk věří, že odchodem do týmu ***bojujícího o záchranu*** neztratí šanci na reprezentaci.“

Sport, 14. ledna, Teplice? Zašprechtíš si velice, str. 23

„A ač se říká, že v evropských pohárech tvoří přítomnost cizinců v kádru a jejich kvalita ***klíčový rozdíl***, příklad Plzně ukazuje, že to jde i jinak.“

¹³⁵ Hauser 1980, s. 40

¹³⁶ Jílek 2005, s. 18

¹³⁷ Krčmová a kol. 1997, s. 145

¹³⁸ Jílek 2005, s. 18

¹³⁹ Hauser 1980, s. 29

Sport, 2. ledna, polemika – Patří Jan Hejda do olympijské nominace?, str. 2

„Teď je jeho situace diametrálně odlišná od jara, je v pohodě, s dobrou formou a vítěznou náladou.“

4.4 Vrstvy slov podle časových příznaků

V lexiku současného jazyka se z časového hlediska vyděluje zvláštní lexikální vrstva slov zastarávajících (archaismy a historismy) a slov nových (neologismy). Některá slova jsou z užívání vytlačována, jiná se do jazyka terpve dostávají. Oba tyto procesy jsou způsobeny odrazem společenského vývoje i vnitřním vývojem jazyka.¹⁴⁰

4.4.1 Slova zastaralá

Do této skupiny lexikálních jednotek řadíme ta slova, která již nejsou používána nebo jsou z užívání vytlačována. Jílek i Hauser uvnitř této skupiny vydělují archaismy i historismy, podle Hauserova názoru se však v běžném hodnocení archaismy a historismy nerozlišují, názvem archaismy se označují obě tyto skupiny.¹⁴¹

4.4.1.1 Archaismy

Archaismy jsou slova vyskytující se ve starších textech, která jsou z užívání vytlačována modernějšími náhradami.¹⁴² Ustupují tedy jinému pojmenování novějšímu, které se stalo běžnějším.

Archaismy dělíme na dvě skupiny. Tou první jsou jednotky zastarávající, kterých se postupně přestává užívat. Druhou pak jednotky zastaralé, jež nejsou součástí lexika dnešních uživatelů jazyka. Dochází tedy k ústupu či zániku označení, které nahrazuje nové slovo označující identickou realitu, ne k zániku věci, jevu či skutečnosti.¹⁴³ V naší analýze nebudou archaismy zastaralé a zastarávající rozlišovány.

Příklady:

Mladá fronta DNES, 14. ledna, Zbraně neskládá, str. 10

„To nebude bezbolestné, anžto Zeman nezapomíná a i jen domnělé hříchy nemilosrdně trestá.“

¹⁴⁰ Hauser 1980, s. 40-41

¹⁴¹ Hauser 1980, s. 41

¹⁴² Mítrík 1985, s. 73

¹⁴³ Jílek 2005, s. 20

Mladá Fronta DNES, 27. ledna, Co si počít, když už voliče nebavíme? Uspořádáme sjezd
„Kvůli nejistému písmu opilého matrikáře totiž záznam nabízí nespočet výkladů onoho
letopočtu, pročež výročí lze slavit kdykoli.”

Mladá fronta DNES, 18. ledna, Máme premiéra, str. 10
„Tak by mohla začít rozprávka o české soudobé politice.”

4.4.1.2 Historismy

Historismů se užívá ojediněle, vždy v kontextu doby, ke které se váží, a to zejména v odborných či uměleckých textech,¹⁴⁴ neboť zanikla skutečnost (jevy, instituce, věci aj.), kterou pojmenovávaly.¹⁴⁵

Jílek zároveň připomíná jako doklad společensko-politické podmíněnosti vývoje jazyka řadu slov, která byla z ideologických důvodů do roku 1989 brána za archaismy, dnes jsou však běžně užívána.¹⁴⁶

Příklady:

Mladá fronta DNES, 20. ledna, Restart ODS?, str. 8

„Omlouvání je nechutná móda flagelantů korektnosti, kteří chtějí omluvu i za vyhlazení neandertálců.”

Mladá fronta DNES, 7. ledna, Podepsali, str. 10

„Může si dát odstup a rezervu od některých ministrů, na tapetě je Zaorálek, může opět připomínat lustrační problém u StB registrovaného Babiše (z něhož už slevil), může se mu nezdát herec-ministr obrany, a protože je vynalézavý, může odhalit i nějaké dlaší nedostatky některých ministrů.

Mladá fronta DNES, 20. ledna, Obama hledá hranici mezi dobrým a zlým světem, str. 10

„Lze odhadovat, že někdejší důstojník KGB s iniciálami VP (Vladimír Putin) bezesné noci kvůli další možné ztrátě soukromí jednotlivého občana nezažívá.”

¹⁴⁴ Jílek 2005, s. 21

¹⁴⁵ Hubáček 1987, s. 96

¹⁴⁶ Jílek 2005, s. 21

4.4.2 Slova nová – neologismy

Neologismy vymezujeme jako nová pojmenování, která dosud pevně nezakotvila v povědomí všech uživatelů jazyka, popřípadě jsou jako nová pocíťována. Mohou to být slova užívaná nejprve omezeným okruhem osob, někdy i pouhým jedincem.¹⁴⁷ V oblasti odborné a publicistické je jejich vznik podmíněn zejména potřebou pojmenovat novou skutečnost.¹⁴⁸

Se zvyšující se frekvencí užívání přechází tyto jednotky z pasivní do aktivní slovní zásoby uživatelů, v tu chvíli přestává být slovo neologismem.¹⁴⁹ Za příčiny neologie můžeme označit tzv. mimojazykové příčiny (označení nových skutečností, generační rozdíly, prestiž autora) a tzv. vnitrojazykové příčiny (odstranění variant, polysémie, homonymie; potřeba významové a stylové diferenciaci).¹⁵⁰

Čermák s Filipcem rozlišují neologismy neperspektivní, okazionalismy, autorská slova a pojmenování etapová.¹⁵¹ Jílek do typologie neologismů dle způsobu utvoření pak řadí neologismy slovtvorné, souslovné, frazeologické a sémantické.¹⁵² Pro naši práci jsme neologismy nerozlišovaly.

Příklady:

Mladá fronta DNES, 22. ledna, ***Odkladman***, str. 10

Sport, 7. ledna, Eusébio byl jen jeden, str. 23

„Byla to doslova ***eusebiománie***, která započala už o několik let dříve a vydržela přes deset let.”

Sport, 29. ledna, Vítejte v Kocourkově!, str. 19

„To je klasická bafuňarina plus klasická ***peltovina***.”

¹⁴⁷ Hauser 1980, s. 43

¹⁴⁸ Hubáček 1987, s. 96

¹⁴⁹ Mistrík 1985, s. 75

¹⁵⁰ Jílek 2005, s. 22

¹⁵¹ Čermák a Filippec 1985, s. 99

¹⁵² Jílek 2005, s. 21-23

4.5 Vrstvy slov expresivních

Slova, která mají kromě nociónálního významu přítomný i příznak citový nebo volní, označujeme jako expresivní. Citový a volní příznak společně označujeme jako konotace.¹⁵³ Expresivy jsou tedy ty lexikální prostředky, kterými se projev osobně motivuje. V souvislosti s expresivitou zmiňuje Mistrík i pojem emocionálnost, jehož vymezení je však o něco užší. Emoce jsou totiž city a emocionálnost je citové zbarvení prostředku. Vše, co je emocionální, je tedy současně i expresivní, nicméně ne vše expresivní je také emocionální.¹⁵⁴

4.5.1 Expresivita inherentní

Tento druh expresivity je s lexikální jednotkou vnitřně spjatý.¹⁵⁵ Slovo, kde je přítomna expresivita inherentní, má tedy trvalý expresivní charakter bez ohledu na kontext, v němž je použito.¹⁵⁶ V rámci expresivity inherentní se vymezují ještě další tři typy – expresivita hlásková, slovotvorná a lexikálně-sémantická.¹⁵⁷

Expresivita hlásková se projevuje hláskovou stavbou slova, přítomností hlásek a hláskových spojení, která nejsou běžná u slov neutrálních.¹⁵⁸

Příklady:

Sport, 18. ledna, Jen průměr. Může být hůř, str. 2

„Pardubický fanoušek už si za poslední rok zvykl, že dostává jednu *t'afku* za druhou.”

Hauser uvádí slova, kde je přítomna expresivita hlásková, *ňouma* či *t'ulpas*.¹⁵⁹

Slovotvornou expresivitu tvoří slova zdrobnělá, zveličená, zesílení nebo zjemnění původní vlastnosti, názvy nositelů vlastností vyznačujících se nápadným znakem, názvy osob se zápornou předponou a negativní příznak zesilující cizí předpony, které lze také označit za augmentativní.¹⁶⁰

¹⁵³ Jílek 2005, s. 23

¹⁵⁴ Mistrík 1985, s. 80

¹⁵⁵ Jílek 2005, s. 23

¹⁵⁶ Grepl a kol. 2003, s. 95

¹⁵⁷ Jílek 2005, s. 23-26

¹⁵⁸ Hauser 1980, s. 49

¹⁵⁹ Hauser 1980, s. 49

¹⁶⁰ Jílek 2005, s. 49

Příklady:

Mladá fronta DNES, 4. ledna, Tři výročí, str. 11

„Tak třeba NATO dnes představuje odlišnou strukturu než tu, která ztělesňovala arcinepřítele Varšavské smlouvy.”

Sport, 25. ledna, O umění včas odejít, str. 19

„To by mě zajímalo, jakou lahvinku si otevřel po tomto kolapsu k pozdní večeři sir Alex Ferguson, muž spojený s nepřebornými úspěchy United.”

Sport, 21. ledna, O ultra smolné Anterselvě, Soukalové v ústraní a „Blekyho” kudle v zádech, str. 23

„Ondřej Moravec zakopl ve sprintu o plůtek a hodil „tygra”.”

U expresivity lexikálně-sémantické jde o označení věcí vyvolávajících citové hodnocení. Je spjata se základním významem lexika. Patří sem citoslovce vyjadřující emoce a vůli, citoslovce zvukomalebné a slova od nich odvozená, slova, jejichž expresivita spočívá přímo ve významu.¹⁶¹

Příklady:

Sport, 17. ledna, O mušketýrech z Nagana, příběhu nezdolnosti a blbě náladě

Sport, 24. ledna, Hurá, prohráváme!!!, str. 19

Mladá fronta DNES, 16. ledna, Monstrprocesy, str. 12

„A stát, zloděj největší, hrr na jeho majetek!”

4.5.2 Expresivita adherentní

U expresivity adherentní se jedná o spjatost s jedním z významů lexika, ne však s významem základním. Další význam je tedy buď neutrální, nebo expresivní.¹⁶²

¹⁶¹ Hauser 1980, s. 49-50

¹⁶² Jilek 2005, s. 25

Příklady:

Sport, 8. ledna, Není zeť jako zeď, str. 4

„Jedno písmenko a jakou to udělá paseku.”

Mladá fronta DNES, 7. ledna, Policejní odprezidentování, str. 11

„Jinak by se celá policie ocitla v ještě větším guláši, než už je.”

Mladá fronta DNES, 13. ledna, Impresárió, str. 8

„Ten vytvořil až prezident Zeman, jemuž nevoněl jeden profesor, aby měl příběh, v němž si zahraje roli hlavního rádce.”

4.5.3 Expresivita kontextová

Tohoto druhu expresivity autoři užívají, aby dosáhli zvláštního sémantického efektu, například ironie nebo slovního humoru. Jedná se o úmyslně nenáležitě užití jazykové jednotky v širším smyslu slova (nejen jednotky lexikální) v rámci stylové sféry, pro kterou není určená, obvyklá. Jako příklad uveďme větu: “Na tiskovou konferenci přišel ministr vnitra se svými *zbrojnoši*...” U slova *zbrojnoš* jde o historismus, který je (expresivně) nepříznakový v odborném textu či historické krásné literatuře. V komunikátu publicistickém nebo prostě sdělovacím může jít o ironii.¹⁶³

Protože nositeli kontextové expresivity nejsou jen prostředky lexikální, nebudeme ji v praktické části zaznamenávat.¹⁶⁴

4.5.4 Druhy expresivních příznaků podle kvality

U expresiv se dle kvality pocítují příznaky buď jako kladné, nebo jako záporné. U některých lexikálních jednotek však toto rozdělení vyhraněno není, mluvíme proto o citovém slově bez další specifikace.¹⁶⁵

4.5.4.1 Citový příznak pozitivní

Citový příznak pozitivní zaznamenáváme u slov důvěrných, familiárních, laudativ,

¹⁶³ Jílek 2005, s. 25

¹⁶⁴ Jílek 2005, s. 26

¹⁶⁵ Hauser 1980, s. 50

domáckých, hypokoristik, dětských a eufemismů.¹⁶⁶

Slova důvěrná, familiární a laudativa jsou užívána pouze v důvěrném okruhu známých osob. Jedná se o zdrobněliny, deminutiva (*jablíčka* – viz příklad), svou povahou mazlivá a důvěrná slova a lichotná slova, laudativa.¹⁶⁷ Jedlička k důvěrným, familiárním slovům řadí také obecně české výrazy.¹⁶⁸

Domácká slova a hypokoristika jsou slova rodinného prostředí, odkud se přenášejí do blízkého společenského okolí.¹⁶⁹ Typickým příkladem je slovo *tatíček* (viz příklad).

Do skupiny dětských slov řadíme slova užívaná dětmi a dospělými ve vzájemném rozhovoru.¹⁷⁰ Patří zde například slovo *bumbat*.¹⁷¹

Eufemismy můžeme definovat jako slova, která nahrazují výrazy nepříjemné, ve společenském styku nevhodné nebo tabuizované. Důvodem užití eufemismů je zmírnění nebo zastření drsné skutečnosti.¹⁷² Jsou to víceslovná obrazná (frazologizovaná), popř. opisná pojmenování, která mají meliorativní (zjemňující) charakter. Klasickým případem je nahrazení slova zemřel za eufemismus *odešel* (viz příklad).

Příklady:

Mladá fronta DNES, 22. ledna, Lednové jahody pro Zemana, str. 10

„Jako když maceha v pohádce vyžene Marušku do lednového mrazu pro jahody a pak pro *jablíčka*.”

Mladá fronta DNES, 25. ledna, Rok po přímé volbě: Češi řeší ústavu, str. 11

„Začíná to za *tatíčka* Masaryka, ale ani Václav Havel neodolal pokušení.”

Sport, 7. ledna, Eusébio byl jen jeden, str. 23

„A nekončí vlastně nikdy, neboť po jeho nečekaném nedělním *odchodu* ve věku 71 let se přelila do legend a pověstí.”

¹⁶⁶ Hauser 1980, s. 50

¹⁶⁷ Jílek 2005, s. 26

¹⁶⁸ Jedlička a kol. 1970, s. 74

¹⁶⁹ Hauser 1980, s. 50

¹⁷⁰ Hauser 1980, s. 50

¹⁷¹ Jílek 2005, s. 26

¹⁷² Hubáček 1987, s. 101

4.5.4.2 Citový příznak negativní

Do této kategorie spadají hanlivá, pejorativní, zhrubělá, vulgární slova a dysfemismy.¹⁷³

Lexikální jednotky vyjadřující negativní, odmítavý či pohrdlivý vztah mluvčího označujeme jako hanlivá, pejorativní slova. Za příklad uvedeme slovo *kravina* (viz příklad). Do této kategorie můžeme zařadit také slova zdrobnělá i zveličelá, vždy však záleží na kontextu.¹⁷⁴

Užitím slov zhrubělých se dává najevo vzbuzující odpor nebo pohoršení nad nějakou skutečností,¹⁷⁵ např. *dožere* (viz příklad).

Vulgarismy jsou slova, kterými nekulturní uživatelé jazyka přímo pojmenovávají choulostivé nebo nechutné fyziologické jevy v souvislosti s člověkem,¹⁷⁶ jde o prostředky hrubého, nespolečenského vyjadřování, např. *idiot* (viz příklad).¹⁷⁷

Dysfemismy definujeme jako protipól k eufemismům. Jsou to slova, kterými se zveličuje, podtrhává chyba nebo nedostatek,¹⁷⁸ záměrně zdůrazňují nepříjemné, společensky nevhodné, nežádoucí skutečnosti (např. *chcípnout*).¹⁷⁹ Hauser považuje dysfemismy za součást vulgarismů, jako zvláštní kategorie je nevyčleňuje.¹⁸⁰

Příklady:

Sport, 18. ledna, Další domobrana. Hudlerovy naděje na Soči zmizely, str. 9
„To je *kravina*.”

Mladá fronta DNES, 6. ledna, Nabádal a peskoval. Máme čekat další projevy?, str. 9
„Nabídl jim havlovský „řád bytí”, ale to ty jedlíky mouky a tuku jen *dožere*.”

Mladá fronta DNES, 21. ledna, Haiku, str. 10
„Jedná se o samé *idioty* s napuchlým svalstvem nikoli na mozku, hodnotí je Zeman příkře.”

¹⁷³ Jílek 2005, s. 27-28

¹⁷⁴ Hauser 1980, s. 51

¹⁷⁵ Jílek 2005, s. 27-28

¹⁷⁶ Mistrík 1985, s. 82

¹⁷⁷ Jílek 2005, s. 28

¹⁷⁸ Mistrík 1985, s. 82

¹⁷⁹ Jílek 2005, s. 28

¹⁸⁰ Hauser 1980, s. 51

4.6 Vrstva slov cizích

Slova cizího původu tvoří menší část slovní zásoby než slova původu domácího. „Cizí lexikální prvky se rozvrství na osek, jejímž krajními póly jsou slova zcela přizpůsobená a slova zcela nepřizpůsobená.“¹⁸¹ Slova přizpůsobená, u kterých cizost již není pocíťována, označujeme také jako slova zdomácnělá (*barva, kalendář*). Jelikož některá z nich patří i k jádru slovní zásoby (*milion*), tuto skupinu slov jsme neanalyzovali. Zaměřili jsme se na slova nepřizpůsobená, která jsou stále jako cizí pocíťována (výjimkou byly kalky, které jsme z důvodu nepocíťovaného příznaku cizosti zaznamenávali mezi frazeologismy). Do této skupiny lexikálních prvků patří pojmenování cizích reálií (měny, oděvy, jídla, zeměpisné jevy atd.) a slova citátová, kde patří i slova okřídlená. (viz dále). Ta bývají stylisticky příznaková vždy. Jedná se buď o projev intelektualizace či snahu po exkluzivitě vyjadřování.¹⁸²

4.6.1 Internacionální citátová, okřídlená slova a spojení, jejich kalky

Jako citátová slova označujeme lexikální prvky, které si zachovávají původní pravopis, zčásti i výslovnost a odlišují se od domácího morfologického systému.¹⁸³ Patří zde slova jako *ice time*, *happyend* nebo *image* (viz příklady). Za frazeologizované (založená na obrazném pojmenování) označujeme víceslovné citátové spojení, jako je např. *ex post*.¹⁸⁴ Řadíme zde i skutečné citáty v původním jazyce a jejich kalky, např. *Festina lente!* -Spěchej pomalu!).¹⁸⁵ Sentence historických osob, spisovatelů nebo literárních postav v původním jazyce a jejich kalky označujeme jako okřídlená slova (např. *Veni, vidi, vici.* – Přišel jsem, viděl jsem, zvítězil jsem.).¹⁸⁶

Kalky definujeme jako doslovné překlady cizích slov, slovních spojení. Typologicky je dělíme na slovotvorné (*prvo-rozený* – primo-genitus), frazeologické (*živý zájem* - lebhaftes Interesse), hybridní slova (*nadace* – nadání+fundace) a sémantické (kdy slovo domácího jazyka přijme význam, který má jeho obecný ekvivalent v cizím jazyce – např. *proud* – podle terminologického významu německého slova *der Strom*)¹⁸⁷

¹⁸¹ Hauser 1980, s. 51

¹⁸² Hauser 1980, s. 52-54

¹⁸³ Čermák, Filipec 1985, s. 121

¹⁸⁴ Jílek 2005, s. 30

¹⁸⁵ Jílek 2005, s. 30

¹⁸⁶ Jílek 2005, s. 31

¹⁸⁷ Čermák, Filipec 1985, s. 122

Příklady:

Sport, 7. ledna, polemika – Je dobře, že Petr Nedvěd jede na olympiádu?, str. 6
„Nedvěd nepojede na olympiádu nabírat co největší *ice time*, jako mnozí další.”

Sport, 3. ledna, 2013? Jágr, pašák Pep i Schumi..., str. 23
„Předpoklady, plány i ty nejúchvatnější kariéry (byť samozřejmě stále doufám, že Schumiho příběh nakonec také skončí *happyendem*...).

Mladá fronta DNES, 6. ledna, Nabádal a peskoval. Máme čekat další projevy?, str. 9
„Ale je to jeho úspěšná knížecí *image*, spát, mumlat, zadržávat.”

4.7 Pojmenování frazeologická a idiomatická

4.7.1 Frazeologismy

Frazeologická pojmenování neboli frazeologismy¹⁸⁸ definujeme jako víceslovná pojmenování ustálená s přeneseným (obrazným) významem. Elementárním kritériem frazeologismů je ustálenost, která se projevuje nezaměnitelností jejich slovního obsazení. Význam frazeologismu z dílčích významů jeho složek vyvodit nelze, slova totiž ztrácejí původní význam a nabývají významu, který je vázán právě na frazeologismus.¹⁸⁹ Častým znakem frazeologismů je expresivnost. Frazeologické obraty se uplatňují zejména v hovorové oblasti a publicistice. V oblasti umělecké pak charakterizují postavy.¹⁹⁰

Podle míry frazeologizace lze rozlišovat jednotky s jedním frazeologizovaným členem (*vlčí mák* – frazeologizováno je slovo *vlčí*, u slova *mák* není přítomen obrazný přenos významu) a jednotky frazeologizované jako celek (*šedá eminence*).¹⁹¹ V naší analýze jsme ale takové dělení neprováděli.

4.7.1.1 Frazeologismy nevětné

U nevětných frazeologismů rozlišujeme hned několik druhů – frazeologismy nevětné s funkcí slovesnou, které obsahují sloveso, s funkcí jména v 1. pádě, které vznikají kombinací

¹⁸⁸ Frazeologismy lze nazvat též jako frazémy, jedná se o synonymum.

¹⁸⁹ Hauser 1980, s. 160

¹⁹⁰ Jílek 2005, s. 73

¹⁹¹ Jílek 2005, s. 73

přídavného a podstatného jména (*šedá eminence*, *růžové brýle*, *bilá vrána* – viz příklady), s funkcí jména v 1. pádě, které vznikají kombinací podstatných jmen s funkcí přídavného jména, které vznikají kombinací podstatného a přídavného jména, případně několika podstatných jmen a frazeologismy nevětné z neplnovýznamových slov. Do této kategorie řadíme také ustálená přirovnání.¹⁹²

Příklady:

Sport, 22. ledna, Kováč? Sparta nemá šéfa, str. 19

„Předsedou asociace možná je Míra Pelta, ale ze zákulisí jako románová *šedá eminence* všechno řídí Berbr.”

Sport, 28. ledna, Vrána k vráně sedá, str. 23

„Pravda, je to poněkud střízlivá optika, ale lepší než *růžové brýle*...”

Mladá fronta DNES, 21. ledna, Nenuťme hlavu státu jmenovat profesory, str. 11

„Ani v mezinárodním srovnání bychom nebyli žádnou *bilou vránou*, ve většině zemí světa to tak bez problémů a již dlouho funguje.”

4.7.1.2 Přechodový typ mezi nevětnými a větnými frazeologismy – rčení

Rčení (úsloví nebo někdy také obraty) jsou omezena na slovesné (nevětné) frazémy, „...*kde klíčovým slovem je sloveso a které se začleňují do projevu, přičemž se mluvnicky nemění.*” Některá rčení v infinitivní podobě neexistují z důvodu ustálené podoby větné.¹⁹³

Příklady:

Mladá fronta DNES, 8. ledna, O muži, který ničeho nelituje, str. 10

„Kandidát na budoucího premiéra Bohuslav Sobotka se rozhodl *nedráždit* ještě více „*hada bosou nohou*” a bývalého premiéra a pak i eurokomisaře Vladimíra Špidlu nenavrhl na ministra práce a sociálních věcí.”

Sport, 22. ledna, Kováč? Sparta nemá šéfa, str. 19

„Změnu český fotbal *potřebuje jako prase drbání.*”

¹⁹² Jílek 2005, s. 74

¹⁹³ Hauser 1980, s. 164

Jílek za příklad uvádí třeba *vzít vítr z plachet*.¹⁹⁴

4.7.1.3 Frazeologismy větné

U frazémů větných rozlišujeme pořekadla, přísloví, pranostiky a okřídlená slova. Mají podobu hotové věty nebo celého souvětí.¹⁹⁵

Pořekadla se na rozdíl od nevětných frazémů a rčení vyznačují stálou neměnnou podobou. Můžeme je definovat jako prupovídky situační nebo charakterizující osoby, které mají často veršovanou podobu, např. *chyba lávky* (viz příklad).¹⁹⁶ „*Přísloví jsou krátké prupovědi s mravním, etickým naučením. Mají smysl samy v sobě a nepotřebují kontext.*“¹⁹⁷ Mohou kategorizovat situaci tím, že se odkazují na nějakou zkušenost, mívají zpravidla metaforickou podobu. Typickým příslovím je *Vrána k vráně sedá*, rovný rovného si hledá (viz příklad).¹⁹⁸ Pranostiky jsou specifický druh pořekadel. Generalizují zkušenost ze vztahu roční doby a počasí nebo zemědělských prací.¹⁹⁹ Okřídlená slova jsme již definovali výše, viz internacionalismy, kalky.

Příklady:

Mladá fronta DNES, 20. ledna, Protikandidát z ODS? Mandát jasný, str. 10

„Jenže *chyba lávky*, Okamura je velmi pilný.“

Sport, 28. ledna, *Vrána k vráně sedá*, str. 23

Za příklad pranostiky Jílek uvádí *Vánoce na blátě, Velikonoce na ledě*.

4.7.2 Idiomy

Idiomy jsou jednotky, které se od frazémů někdy oddělují. Bývají rovněž ne zcela přesně označovány za frazeologické jednotky typické pro určitý jazyk a do jiného jazyka nepřeložitelné.

¹⁹⁴ Jílek 2005, s. 74

¹⁹⁵ Jílek 2005, s. 74

¹⁹⁶ Hauser 1980, s. 164

¹⁹⁷ Hauser 1980, s. 164

¹⁹⁸ Jílek 2005, s. 75

¹⁹⁹ Jílek 2005, s. 75

Vhodnější je definovat idiomy jako frazémy s reliktními tvary a slovy, která se mimo frazeologismus v lexiku nevyskytují. Jako příklady idiomů Hauser uvádí *Ani vidu, ani slechu; na holičkách* nebo *honit bycha*.²⁰⁰

4.8 Sémaziologicko-onomaziologické derivace

4.8.1 Metafora

Metaforu defnujeme jako přenesení významu na základě vnější podobnosti denotátů, které se týkají tvaru, barvy, rozsahu, funkce atd.²⁰¹ V publicistickém projevu obrazná vyjádření neplní pouze funkci sdělnou, ale zároveň poutají čtenářovu pozornost a dodávají komunikátu živost a naléhavost. Takový text pak bývá emocionálnější, procítěnější. Přítomnost obrazného vyjádření rovněž odhaluje i projev kladného nebo záporného vztahu autora k obsahu sdělení, projev tak nabývá větší agitační působivosti.²⁰² Podle Filipce a Čermáka je metafora jevem především jazyka uměleckého jako výtvar umělecké, básnické invence, aktualizace a neologizace.²⁰³

V rámci ustálenosti rozlišujeme dva typy metafor – aktuální a uzuální. Aktuální najdeme v publicistických a uměleckých textech. „*Publicistický obraz na rozdíl od metafory umělecké lze vždy v podstatě jednoznačně dešifrovat.*“²⁰⁴ V rámci aktuálních metafor se přenáší pojmenování i celý primární význam vytvářející konotaci významu metaforického. V případě uchycení a zautomatizování se aktuální metafory stávají uzuálními. Metafory uzuální jsou přenesená pojmenování, která se již pevně ustálila v systému jazyka. Do metafor řadíme rovněž apelativovaná propria (zobecněná vlastní jména), personifikaci (viz dále) a synestézii, která je založena na metaforickém přenosu z různých oblastí smyslového vnímání.²⁰⁵

Některé metafory se staly součástí běžné komunikace, lexikovaly se.²⁰⁶ Část z nich je už považována za novinářská klišé.²⁰⁷

²⁰⁰ Hauser 1980, s. 161-162

²⁰¹ Lotko 2003, s. 72

²⁰² Krčmová a kol. 1997, s. 207

²⁰³ Čermák, Filipce 1985, s. 109

²⁰⁴ Krčmová a kol. 1997, s. 208

²⁰⁵ Jílek 2005, s. 44-45

²⁰⁶ Filipce, *Naše současná společnost, slovní zásoba a slovníky*. Naše řeč [online]. 1992, roč. 75, č. 1. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7045>

²⁰⁷ Krčmová a kol. 1997, s. 208

Příklady:

Mladá fronta DNES, 14. ledna, Rusnokův reprát a labutí píseň našich sympatií k Izraeli, str. 10

„A nepokrytě obdivuje Stát Izrael, malou ohroženou demokracii uprostřed moře nepřátel.”

Sport, 25. ledna, O umění včas odejít, str. 19

„A také, jestli Wayne Rooney dokáže odolat vábení madridských sirén.”

Mladá fronta DNES, 21. ledna, Služebníček, str. 19

„Špičkoví experti, kteří by mohli najít svou realizaci na některých velkých státních projektech, ale chtějí aspoň trochu odpovídající ohodnocení, obejdou státní správu obloukem.”

4.8.2 Metonymie

Metonymie jsou založeny na přenesení slova na denotát, který s původním denotátem váže vnitřní souvislost. Tento přenos je vždy v okruhu věcné blízkosti. Metonymie se v jazyce objevují velmi často.²⁰⁸

Rozlišujeme několik druhů metonymií (strukturní, kontextové, etymologické, apelativizace proprií), navíc stejně jako u metafor je můžeme dělit v rámci ustálenosti na aktuální, nebo uzuální. Pro naši práci však rozlišení důležité není, všechny jsme zařadili do jedné společné kategorie. Jílek dodává, že k metonymii řadíme také symbol, označení konkrétního předmětu, který je konvenčním znakem abstraktního pojmu.²⁰⁹

Příklady:

Mladá fronta DNES, 2. ledna, Stropnický na obranu. Asi to má rád horké, str. 13

Mladá fronta DNES, 22. ledna, Odkladman, str. 10

„Neboť až nový veřejný ochránce práv přijede do Brna a usedne do osiřelé ombudsmanské židle.”

Mladá fronta DNES, 28. ledna, Lampasák v čele kraje. „Sorbonna” se mu nevyplatila, str. 11

²⁰⁸ Hauser 1980, s. 73

²⁰⁹ Jílek 2005, s. 47

4.8.3 Synekdocha

Pojmem synekdocha označujeme přenášení slov na základě rozsahových poměrů denotátů. Jedná se o záměny zastoupení pojmenování části a celku, synekdochické významy mají pouze substantiva.²¹⁰ Synekdochu řadíme k metonymii, jde o její kvantitativní druh.²¹¹

Příklady:

Mladá fronta DNES, 16. ledna, Šicí stroj, milenky a první dámy, str. 12

„Dnešní manželky vrcholných politiků navíc bývají vzdělané, život jim nenaplnuje jen ***rodinný krb***, mívají svá povolání?”

Sport, 3. ledna, O problémech v Putinově obýváku, šťastném Novém roku a záchraně trenéra Ryana, str. 23

„***Spojené státy*** ze své oficiální delegace vynechají prezidenta Obamu a místo toho na zahajovací ceremoniál posílají homosexuální sportovce Billie Jean Kingovou, Caitlin Cahowou a Briana Boitana.”

Mladá fronta DNES, 21. ledna, Je to perská lest, nebo sankce zabraly?

„***Írán*** bude pokračovat ve vývoji zbraně, neboť takový – mocichtivý a nenávidný – prostě je.”

4.8.4 Přirovnání

Stejně jako metafora je i přirovnání založeno na vztahu podobnosti.²¹²

Příklady:

Sport, 14. ledna, Fyzička není „psychička”, poznala Kvitová na Australian open, str. 23

„Nyní se opět na velké scéně ***rozklepala jak osika***.”

Mladá Fronta DNES, 8. ledna, Chovanec bude vybírat šéfa policie. Není mu co závidět, str. 11

„Policie by nyní ***jako sůl potřebovala*** silného šéfa, který by uklidnil vášně.”

²¹⁰ Hauser 1980, s. 76

²¹¹ Čermák, Filipec 1985, s. 110

²¹² Čermák, Filipec 1985, s. 110

Mladá Fronta DNES, 16. ledna, Monstrprocesy, str. 12

„Všichni si z dětství pamatují básničku, jak boháč ***kradl jako straka***, pak cedulku dal na to, že soukromé vlastnictví je svato.”

4.8.5 Hyperbola

Termín hyperbola je synonymní pro nadsázku.²¹³

Příklady:

Sport, 2. ledna, Teď mají šanci jak ve snu, str. 10

„***Zestárl*** prý ***o 150 let***, než se jeho svěřenci nakonec s přehledem prosmýkli do play off.”

Sport, 16. ledna, Pavelec: borec na konec, str. 19

„Ondřej Pavelec zastavil ***niagaru*** porážek Winnipegu v NHL a po nijak zářivých výkonech začíná obracet kartu.”

Sport, 21. ledna, O ultra smolné Anterselvě, Soukalové v ústraní a „Blekyho” kudle v zádech, str. 23

„V jihotyrolském údolí v Anterselvě přesto o víkendu spadla z majestátných štítů na české biatlonisty ***lavina*** smůly.”

4.8.6 Personifikace

U personifikace se jedná o metaforický přenos vlastností živých bytostí.²¹⁴

Příklady:

Sport, 2. ledna, polemika – Patří Jan Hejda do olympijské nominace?, str. 2

„Zaprvé, pokud do nominace ***nepromluví zdravotní neduhy***, jistit elitní řady by měli Židlický s Kaberlem, případně stále tak trochu podceňovaný Rozsival.”

Sport, 3. ledna, ***Tým*** bez hvězd ***vystoupil*** ze stínu, str. 7

Mladá fronta DNES, 8. ledna, Profesory ***si mohou a mají jmenovat vysoké školy*** samy, str. 11

²¹³ Jílek 2005, s. 48

²¹⁴ Hauser 1980, s. 73

5. Celkový a průměrný výskyt lexikálních příznakových prostředků v analyzovaných denících

V nadcházející části práce budou v dílčích kapitolách uvedeny tabulky s počty výskytů lexikálních příznakových prostředků v titulcích i člancích analyzovaných deníků podle výše uvedeného rozčlenění. Při analýze bylo nutné počítat s tím, že jeden lexikální příznakový prostředek může spadat pod více než jednu kategorii (např. slovo *pěšinka* jsme zaznamenali u expresivity slovotvorné i deminutiv či slovo *chrabrý*, které má příznak knižnosti a je pocíťováno také jako archaické).

Nejdříve jsou uvedeny tabulky s celkovým výskytem, poté s výskytem průměrným na jedno novinové vydání. Ten byl vypočítán aritmetickým průměrem - celkový výskyt lexikálních příznakových prostředků každé z forem byl vydělen počtem vydání periodik za měsíc leden (26). Čísla jsou zaokrouhlena na celé setiny. Na konci každé podkapitoly bude napsáno dílčí shrnutí s interpretovaným výskytem a vzájemnou komparací.

5.1 Lexikum dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka

Tabulka 1 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v titulcích Sportu

<u>Vrstvy slov podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka</u>	
titulky - Sport	
	Počet jednotek
1) Rozdíly územní	1
Slova obecné češtiny	1
Slova oblastní (regionalismy)	0
- Čechismy	0
- Moravismy	0
Slova nářeční (dialektismy)	0
2) Rozdíly sociální	4
Slang	4
Argot	0

Tabulka 2 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v člancích Sportu

<u>Vrstvy slov podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka</u>	
články - Sport	
	Počet jednotek
1) Rozdíly územní	4
Slova obecné češtiny	2
Slova oblastní (regionalismy)	0
- Čechismy	0
- Moravismy	0
Slova nářeční (dialektismy)	2

2) Rozdíly sociální	130
Slang	130
Argot	0

Tabulka 3 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v titulcích MF DNES

Vrstvy slov podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka titulky – MF DNES	
	Počet jednotek
1) Rozdíly územní	0
Slova obecné češtiny	0
Slova oblastní (regionalismy)	0
- Čechismy	0
- Moravismy	0
Slova nářeční (dialektismy)	0
2) Rozdíly sociální	1
Slang	1
Argot	0

Tabulka 4 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v článcích MF DNES

Vrstvy slov podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka články – MF DNES	
	Počet jednotek
1) Rozdíly územní	1
Slova obecné češtiny	1
Slova oblastní (regionalismy)	0
- Čechismy	0
- Moravismy	0
Slova nářeční (dialektismy)	0
2) Rozdíly sociální	26
Slang	26
Argot	0

Tabulka 5 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v titulcích jednoho vydání Sportu

Vrstvy slov podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka titulky - Sport	
	Průměrný výskyt
1) Rozdíly územní	0,04
Slova obecné češtiny	0,04
Slova oblastní (regionalismy)	0
- Čechismy	0
- Moravismy	0
Slova nářeční (dialektismy)	0
2) Rozdíly sociální	0,15
Slang	0,15
Argot	0

Tabulka 6 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v článcích jednoho vydání Sportu

Vrstvy slov podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka	
články - Sport	
	Průměrný výskyt
1) Rozdíly územní	0,16
Slova obecné češtiny	0,08
Slova oblastní (regionalismy)	0
- Čechismy	0
- Moravismy	0
Slova nářeční (dialektismy)	0,08
2) Rozdíly sociální	0,19
Slang	0,19
Argot	0

Tabulka 7 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v titulcích jednoho vydání MF DNES

Vrstvy slov podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka	
titulky – MF DNES	
	Průměrný výskyt
1) Rozdíly územní	0
Slova obecné češtiny	0
Slova oblastní (regionalismy)	0
- Čechismy	0
- Moravismy	0
Slova nářeční (dialektismy)	0
2) Rozdíly sociální	0,04
Slang	0,04
Argot	0

Tabulka 8 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v článcích jednoho vydání MF DNES

Vrstvy slov podle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka	
články – MF DNES	
	Průměrný výskyt
1) Rozdíly územní	0,04
Slova obecné češtiny	0,04
Slova oblastní (regionalismy)	0
- Čechismy	0
- Moravismy	0
Slova nářeční (dialektismy)	0
2) Rozdíly sociální	1
Slang	1
Argot	0

Slov obecné češtiny a slov nářečních se objevilo v obou denících naprosté minimum, regionalismus nebyl zaznamenán žádný. U poloutvarů národního jazyka (máme-li na mysli slang, protože argotismus se neobjevil ani jeden) byl však výskyt zcela opačný, a to zejména v celých textech, nikoli titulcích. Profesionalismy byly hojně užívány především ve Sportu. Jednalo se o největší počet identifikovaných lexikálních příznakových jednotek z celé

analýzy. Redaktoři sportovního deníku používali tyto jednotky také v titulcích. Potvrdila se tak Bartošková slova, že se ve sportovní publicistice objevuje hodně slangových výrazů (viz výše). U Mladé fronty DNES se slangismů v článcích v porovnání se Sportem objevila pouhá čtvrtina.

5.2 Lexikum dle slohových příznaků

Tabulka 9 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v titulcích Sportu

<u>Vrstvy slov podle slohových příznaků</u> titulky - Sport	
	Počet jednotek
Slova hovorová	5
Slova knižní	1
Slova odborná – termíny	1
Slova umělecká – poetismy	0
Publicismy	0

Tabulka 10 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v článcích Sportu

<u>Vrstvy slov podle slohových příznaků</u> články - Sport	
	Počet jednotek
Slova hovorová	106
Slova knižní	31
Slova odborná – termíny	48
Slova umělecká – poetismy	0
Publicismy	35

Tabulka 11 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v titulcích MF DNES

<u>Vrstvy slov podle slohových příznaků</u> titulky – MF DNES	
	Počet jednotek
Slova hovorová	5
Slova knižní	2
Slova odborná – termíny	2
Slova umělecká – poetismy	0
Publicismy	0

Tabulka 12 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v článcích MF DNES

<u>Vrstvy slov podle slohových příznaků</u> články - MF DNES	
	Počet jednotek
Slova hovorová	87
Slova knižní	34
Slova odborná – termíny	8
Slova umělecká – poetismy	0
Publicismy	21

Tabulka 13 - Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v titulcích jednoho vydání Sportu

<u>Vrstvy slov podle slohových příznaků</u>	
titulky - Sport	
	Průměrný výskyt
Slova hovorová	0,19
Slova knižní	0,04
Slova odborná – termíny	0,04
Slova umělecká – poetismy	0
Publicismy	0

Tabulka 14 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v článcích jednoho vydání Sportu

<u>Vrstvy slov podle slohových příznaků</u>	
články - Sport	
	Průměrný výskyt
Slova hovorová	4,08
Slova knižní	1,19
Slova odborná – termíny	1,85
Slova umělecká – poetismy	0
Publicismy	1,35

Tabulka 15 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v titulcích jednoho vydání MF DNES

<u>Vrstvy slov podle slohových příznaků</u>	
titulky – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Slova hovorová	0,19
Slova knižní	0,08
Slova odborná – termíny	0,08
Slova umělecká – poetismy	0
Publicismy	0

Tabulka 16 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v článcích jednoho vydání MF DNES

<u>Vrstvy slov podle slohových příznaků</u>	
články – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Slova hovorová	3,35
Slova knižní	1,31
Slova odborná – termíny	0,31
Slova umělecká – poetismy	0
Publicismy	0,81

Se slovy se slohovým příznakem jsme se setkávali často v obou periodikách, a to nejen v samotných článcích, ale i titulcích, kde se vyskytlo v denících po pěti hovorových slovech. Zatímco ve Sportu byl, jak jsme předpovídali již v teoretické části, počet hovorových slov a publicismů o něco větší než v Mladé frontě DNES, u termínů byl rozdíl velmi zřetelný. Slova knižních se více objevovala v publicistice politické.

5.3 Lexikum dle časových příznaků

Tabulka 17 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v titulcích Sportu

<u>Vrstvy slov podle časových příznaků</u> titulky - Sport	
	Počet jednotek
Slova zastaralá	0
- Archaismy	0
- Historismy	0
Slova nová – neologismy	1

Tabulka 18 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v článcích Sportu

<u>Vrstvy slov podle časových příznaků</u> články - Sport	
	Počet jednotek
Slova zastaralá	17
- Archaismy	15
- Historismy	2
Slova nová – neologismy	18

Tabulka 19 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v titulcích MF DNES

<u>Vrstvy slov podle časových příznaků</u> titulky – MF DNES	
	Počet jednotek
Slova zastaralá	1
- Archaismy	1
- Historismy	0
Slova nová – neologismy	4

Tabulka 20 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v článcích MF DNES

<u>Vrstvy slov podle časových příznaků</u> články – MF DNES	
	Počet jednotek
Slova zastaralá	22
- Archaismy	13
- Historismy	9
Slova nová – neologismy	41

Tabulka 21 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v titulcích jednoho vydání Sportu

<u>Vrstvy slov podle časových příznaků</u> titulky - Sport	
	Průměrný výskyt
Slova zastaralá	0
- Archaismy	0
- Historismy	0
Slova nová – neologismy	0,04

Tabulka 22 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v článcích jednoho vydání Sportu

<u>Vrstvy slov podle časových příznaků</u> články - Sport	
	Průměrný výskyt
Slova zastaralá	0,65
- Archaismy	0,57
- Historismy	0,08
Slova nová – neologismy	0,69

Tabulka 23– Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v titulcích jednoho vydání MF DNES

<u>Vrstvy slov podle časových příznaků</u> titulky – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Slova zastaralá	0,04
- Archaismy	0,04
- Historismy	0
Slova nová – neologismy	0,15

Tabulka 24 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v článcích jednoho vydání MF DNES

<u>Vrstvy slov podle časových příznaků</u> články – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Slova zastaralá	0,85
- Archaismy	0,5
- Historismy	0,35
Slova nová – neologismy	1,58

Z vrstev slov podle časového příznaku se v obou denících nejčastěji objevovaly neologismy, v politické publicistice jich bylo v porovnání s tou sportovní zaznamenáno v článcích více než dvojnásobek, u titulků to byl dokonce čtyřnásobek. Může za to jednak to, že autoři pojmenovávali novou skutečnost, ale i snaha o nové pojmenování. Užití některých neuzuálních neologismů však může způsobit nesrozumitelnost pro čtenáře. Zanedbatelný nebyl ani počet jednotek zastaralých. Archaismy i historismy většinou užívali původci textů rovněž se záměrem neotřelého pojmenování, jejich počet byl u Sportu i Mladé fronty DNES podobný.

5.4 Lexikum dle expresivity

Tabulka 25 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v titulcích Sportu

<u>Vrstvy slov expresivních</u> titulky - Sport	
	Počet jednotek
Expresivita inherentní	8
- Hlásková	0
- Slovtvorná	5
- Lexikálně-sémantická	3
Expresivita adherentní	0

Tabulka 26 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v člancích Sportu

<u>Vrstvy slov expresivních</u> články - Sport	
	Počet jednotek
Expresivita inherentní	98
- Hlásková	1
- Slovtvorná	56
- Lexikálně-sémantická	41
Expresivita adherentní	15

Tabulka 27 – Celkový výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v titulcích Sportu

<u>Expresivní příznaky dle kvality</u> titulky - Sport	
	Počet jednotek
Citový příznak pozitivní	3
- Familiární slova, laudativa	2
- Domácká slova, hypokoristika	1
- Dětská slova	0
- Eufemismy	0
Citový příznak záporný	0
- Hanlivá, pejorativní slova	0
- Zhrubělá slova	0
- Vulgární slova	0
- Dysfemismy	0
Citový příznak bez specifikace	5

Tabulka 28 – Celkový výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v člancích Sportu

<u>Expresivní příznaky dle kvality</u> články - Sport	
	Počet jednotek
Citový příznak pozitivní	24
- Familiární slova, laudativa	21
- Domácká slova, hypokoristika	2
- Dětská slova	0
- Eufemismy	1
Citový příznak záporný	9
- Hanlivá, pejorativní slova	6
- Zhrubělá slova	2
- Vulgární slova	1
- Dysfemismy	0
Citový příznak bez specifikace	80

Tabulka 29 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v titulcích MF DNES

Vrstvy slov expresivních titulky – MF DNES	
	Počet jednotek
Expresivita inherentní	3
- Hlásková	0
- Slovtvorná	1
- Lexikálně-sémantická	2
Expresivita adherentní	0

Tabulka 30 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v člancích MF DNES

Vrstvy slov expresivních články – MF DNES	
	Počet jednotek
Expresivita inherentní	117
- Hlásková	0
- Slovtvorná	40
- Lexikálně-sémantická	77
Expresivita adherentní	5

Tabulka 31 – Celkový výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v titulcích MF DNES

Expresivní příznaky dle kvality titulky – MF DNES	
	Počet jednotek
Citový příznak pozitivní	1
- Familiární slova, laudativa	1
- Domácká slova, hypokoristika	0
- Dětská slova	0
- Eufemismy	0
Citový příznak záporný	2
- Hanlivá, pejorativní slova	2
- Zhrubělá slova	0
- Vulgární slova	0
- Dysfemismy	0
Citový příznak bez specifikace	0

Tabulka 32 – Celkový výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v člancích MF DNES

Expresivní příznaky dle kvality články – MF DNES	
	Počet jednotek
Citový příznak pozitivní	31
- Familiární slova, laudativa	27
- Domácká slova, hypokoristika	4
- Dětská slova	0
- Eufemismy	0
Citový příznak záporný	54
- Hanlivá, pejorativní slova	48
- Zhrubělá slova	5
- Vulgární slova	1
- Dysfemismy	0
Citový příznak bez specifikace	37

Tabulka 33 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v titulcích jednoho vydání MF DNES

<u>Vrstvy slov expresivních</u> titulky - Sport	
	Průměrný výskyt
Expresivita inherentní	0,31
- Hlásková	0
- Slovo tvorná	0,19
- Lexikálně-sémantická	0,12
Expresivita adherentní	0

Tabulka 34 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v člancích jednoho vydání Sportu

<u>Vrstvy slov expresivních</u> články - Sport	
	Průměrný výskyt
Expresivita inherentní	3,77
- Hlásková	0,04
- Slovo tvorná	2,15
- Lexikálně-sémantická	1,58
Expresivita adherentní	0,58

Tabulka 35 – Průměrný výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v titulcích jednoho vydání Sportu

<u>Expresivní příznaky dle kvality</u> titulky - Sport	
	Průměrný výskyt
Citový příznak pozitivní	0,12
- Familiární slova, laudativa	0,08
- Domácká slova, hypokoristika	0,04
- Dětská slova	0
- Eufemismy	0
Citový příznak záporný	0
- Hanlivá, pejorativní slova	0
- Zhrubělá slova	0
- Vulgární slova	0
- Dysfemismy	0
Citový příznak bez specifikace	0,19

Tabulka 36 – Průměrný výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v člancích jednoho vydání Sportu

<u>Expresivní příznaky dle kvality</u> články - Sport	
	Průměrný výskyt
Citový příznak pozitivní	0,93
- Familiární slova, laudativa	0,81
- Domácká slova, hypokoristika	0,08
- Dětská slova	0
- Eufemismy	0,04
Citový příznak záporný	0,35
- Hanlivá, pejorativní slova	0,23
- Zhrubělá slova	0,08
- Vulgární slova	0,04
- Dysfemismy	0
Citový příznak bez specifikace	3,08

Tabulka 37 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v titulcích jednoho vydání MF DNES

<u>Vrstvy slov expresivních</u> titulky – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Expresivita inherentní	0,12
- Hlásková	0
- Slovo tvorná	0,04
- Lexikálně-sémantická	0,08
Expresivita adherentní	0

Tabulka 38 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v člancích jednoho vydání MF DNES

<u>Vrstvy slov expresivních</u> články – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Expresivita inherentní	4,5
- Hlásková	0
- Slovo tvorná	1,54
- Lexikálně-sémantická	2,96
Expresivita adherentní	0,19

Tabulka 39 – Průměrný výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v titulcích jednoho vydání MF DNES

<u>Expresivní příznaky dle kvality</u> titulky – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Citový příznak pozitivní	0,04
- Familiární slova, laudativa	0,04
- Domácká slova, hypokoristika	0
- Dětská slova	0
- Eufemismy	0
Citový příznak záporný	0,08
- Hanlivá, pejorativní slova	0,08
- Zhrubělá slova	0
- Vulgární slova	0
- Dysfemismy	0
Citový příznak bez specifikace	0

Tabulka 40 – Průměrný výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v člancích jednoho vydání MF DNES

<u>Expresivní příznaky dle kvality</u> články – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Citový příznak pozitivní	1,19
- Familiární slova, laudativa	1,04
- Domácká slova, hypokoristika	0,15
- Dětská slova	0
- Eufemismy	0
Citový příznak záporný	2,08
- Hanlivá, pejorativní slova	1,85
- Zhrubělá slova	0,19
- Vulgární slova	0,04
- Dysfemismy	0
Citový příznak bez specifikace	1,42

Jak ve Sportu, tak v Mladé frontě DNES se expresivních slov objevovalo velmi hodně v článcích, skoro vůbec pak v titulcích. Expresiva do titulků zařazovali především redaktori sportovní publicistiky, zaznamenali jsme více než dvojnásobný počet těchto jednotek v titulcích oproti publicistice politické. U obou deníků bylo zaznamenáno více slov s expresivitou inherentní než adherentní. Ve Sportu šlo především o expresivitu slovtvornou, v Mladé frontě DNES o expresivitu lexikálně-sémantickou.

Počet slov s citovým příznakem pozitivním byl u obou periodik podobný, jednotek s citovým příznakem záporným se však výrazně více objevilo v publicistice politické, kde byl identifikován především velký počet slov hanlivých. U sportovní publicistiky se častěji jednalo o nespecifikovaný citový příznak.

Výsledky tak korespondují s Bartoškovými tvrzeními, že sportovní redaktori rádi užívají expresiva a politická publicistika se nevyhýbá ani vulgarismům (viz výše).

5.5 Slova citátová

Tabulka 41 – Celkový výskyt citátových slov v titulcích Sportu

<u>Vrstvy slov cizích</u> titulky - Sport	
	Počet jednotek
Slova citátová	0

Tabulka 42 – Celkový výskyt citátových slov v článcích Sportu

<u>Vrstvy slov cizích</u> články - Sport	
	Počet jednotek
Slova citátová	58

Tabulka 43 – Celkový výskyt citátových slov v titulcích MF DNES

<u>Vrstvy slov cizích</u> titulky – MF DNES	
	Počet jednotek
Slova citátová	4

Tabulka 44 – Celkový výskyt citátových slov v článcích MF DNES

<u>Vrstvy slov cizích</u> články – MF DNES	
	Počet jednotek
Slova citátová	14

Tabulka 45 – Průměrný výskyt citátových slov v titulcích jednoho vydání Sportu

<u>Vrstvy slov cizích</u> titulky - Sport	
	Průměrný výskyt
Slova citátová	0

Tabulka 46 – Průměrný výskyt citátových slov v člancích jednoho vydání Sportu

<u>Vrstvy slov cizích</u> články - Sport	
	Průměrný výskyt
Slova citátová	2,23

Tabulka 47 – Průměrný výskyt citátových slov v titulcích jednoho vydání MF DNES

<u>Vrstvy slov cizích</u> titulky – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Slova citátová	0,15

Tabulka 48 – Průměrný výskyt citátových slov v člancích jednoho vydání MF DNES

<u>Vrstvy slov cizích</u> články – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Slova citátová	0,54

Citátových slov bylo zaznamenáno čtyřikrát více v člancích Sportu než v Mladé frontě DNES. Souvisí to s tím, že se řada internacionalismů, které se týkají sportu, nepřekládá, ale přejímá z původního jazyka. Zajímavostí však je, že v politické publicistice se internacionalismy ve čtyřech případech objevily také v titulcích, zatímco ve sportovní nikoli.

5.6 Pojmenování frazeologická a idiomatická

Tabulka 49 – Celkový výskyt pojmenování frazeologických a idiomatických v titulcích Sportu

<u>Pojmenování frazeologická a idiomatická</u> titulky - Sport	
	Počet jednotek
Frazeologismy	3
- nevětné	2
- přechodové	1
- větné	1
Idiomy	0

Tabulka 50 – Celkový výskyt pojmenování frazeologických a idiomatických v člancích Sportu

<u>Pojmenování frazeologická a idiomatická</u> články – Sport	
	Počet jednotek
Frazeologismy	49
- nevětné	36
- přechodové	13
- větné	0
Idiomy	0

Tabulka 51 – Celkový výskyt pojmenování frazeologických a idiomatických v titulcích MF DNES

Pojmenování frazeologická a idiomatická titulky – MF DNES	
	Počet jednotek
Frazeologismy	2
- nevětné	1
- přechodové	1
- větné	0
Idiomy	0

Tabulka 52 – Celkový výskyt pojmenování frazeologických a idiomatických v článcích MF DNES

Pojmenování frazeologická a idiomatická články – MF DNES	
	Počet jednotek
Frazeologismy	33
- nevětné	23
- přechodové	9
- větné	1
Idiomy	0

Tabulka 53 – Průměrný výskyt pojmenování frazeologických a idiomatických v titulcích jednoho vydání Sportu

Pojmenování frazeologická a idiomatická titulky - Sport	
	Průměrný výskyt
Frazeologismy	0,16
- nevětné	0,08
- přechodové	0,04
- větné	0,04
Idiomy	0

Tabulka 54 – Průměrný výskyt pojmenování frazeologických a idiomatických v článcích jednoho vydání Sportu

Pojmenování frazeologická a idiomatická články - Sport	
	Průměrný výskyt
Frazeologismy	1,88
- nevětné	1,38
- přechodové	0,50
- větné	0
Idiomy	0

Tabulka 55 – Průměrný výskyt pojmenování frazeologických a idiomatických v titulcích jednoho vydání MF DNES

Pojmenování frazeologická a idiomatická titulky – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Frazeologismy	0,08
- nevětné	0,04
- přechodové	0,04
- větné	0
Idiomy	0

Tabulka 56 – Průměrný výskyt pojmenování frazeologických a idiomatických v článcích jednoho vydání MF DNES

Pojmenování frazeologická a idiomatická články – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Frazeologismy	1,27
- nevětné	0,88
- přechodové	0,35
- větné	0,04
Idiomy	0

V obou periodikách bylo využíváno frazeologických pojmenování poměrně hojně, v titulcích i článcích se jich však více objevovalo ve Sportu. Užívání frazémů je důsledkem procesu automatizace, která je pro sportovní publicistiku příznačná (viz výše). Nejčastěji šlo o frazeologismy nevětné, u obou deníků byl zaznamenán pouze jeden větný frazém (v titulku Sport a článku Mladé fronty DNES). S výskytem idiomů jsme se nesetkali, neboť se jedná o specifické zástupce frazémů, které jsou významově jedinečnými prvky.

5.7 Sémaziologicko-onomaziologické derivace

Tabulka 57 – Celkový výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v titulcích Sportu

Sémaziologicko-onomaziologické derivace titulky - Sport	
	Počet jednotek
Metafora	1
- Personifikace	1
Metonymie	0
Synekdocha	1
Přirovnání	2
Hyperbola	0

Tabulka 58 – Celkový výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v článcích Sportu

Sémaziologicko-onomaziologické derivace články - Sport	
	Počet jednotek
Metafora	59
- Personifikace	10
Metonymie	32
Synekdocha	6
Přirovnání	5
Hyperbola	4

Tabulka 59 – Celkový výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v titulcích MF DNES

Sémaziologicko-onomaziologické derivace titulky – MF DNES	
	Počet jednotek
Metafora	2
- Personifikace	1
Metonymie	2
Synekdocha	2

Přirovnání	0
Hyperbola	0

Tabulka 60 – Celkový výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v článcích MF DNES

Sémaziologicko-onomaziologické derivace	
články – MF DNES	
	Počet jednotek
Metafora	47
- Personifikace	28
Metonymie	25
Synekdocha	9
Přirovnání	6
Hyperbola	1

Tabulka 61 – Průměrný výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v titulcích jednoho vydání Sportu

Sémaziologicko-onomaziologické derivace	
titulky - Sport	
	Průměrný výskyt
Metafora	0,04
- Personifikace	0,04
Metonymie	0
Synekdocha	0,04
Přirovnání	0,08
Hyperbola	0

Tabulka 62 – Průměrný výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v článcích jednoho vydání Sportu

Sémaziologicko-onomaziologické derivace	
články - Sport	
	Průměrný výskyt
Metafora	2,27
- Personifikace	0,38
Metonymie	1,23
Synekdocha	0,23
Přirovnání	0,19
Hyperbola	0,15

Tabulka 63 – Průměrný výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v titulcích jednoho vydání MF DNES

Sémaziologicko-onomaziologické derivace	
titulky – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Metafora	0,08
- Personifikace	0,04
Metonymie	0,08
Synekdocha	0,08
Přirovnání	0
Hyperbola	0

Tabulka 64 – Průměrný výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v článcích jednoho vydání MF DNES

Sémaziologicko-onomaziologické derivace	
články – MF DNES	
	Průměrný výskyt
Metafora	1,81
- Personifikace	1,08
Metonymie	0,96
Synekdocha	0,35
Přirovnání	0,23
Hyperbola	0,04

Velký počet sémaziologicko-onomaziologických derivací v obou periodikách je v souladu s tvrzením Mlčocha, respektive Bartoška, že obrazná vyjádření jsou pro sportovní i politickou publicistiku charakteristická. V textu je novináři užívají za účelem aktualizace, aby své projevy oživil (viz výše). Tyto derivace se objevovaly především v samotných článcích, v titulcích jich bylo používáno minimálně.

V obou denících se nejčastěji objevovaly metafory, přičemž v Mladé frontě DNES jich byla více než polovina tvořena personifikacemi. Metonymie a hyperboly se vyskytovaly více ve Sportu, kdežto synekdoch a přirovnání častěji užívali redaktoři publicistiky politické.

6. Závěr

Základním cílem této práce bylo identifikovat a porovnat příznakové lexikální prostředky ve sportovní publicistice v užším slova smyslu v deníku Sport a politické publicistice v užším slova smyslu v Mladé frontě DNES, abychom si udělali představu o tom, které lexikální prostředky jsou pro daný typ publicistiky typické.

Abychom se v dané tématice zorientovali, bylo zapotřebí provést rešerši odborné literatury. Ta nám pomohla jednak k vytvoření teoretické části, ale také k následné identifikaci lexikálních prostředků v části praktické.

Nejpoužívanějšími prostředky byly slangismy, kterých se ve sportovních článcích objevilo hned 130. Pro srovnání uveďme, že v článcích Mladé fronty DNES se objevilo slangismů pouze 26. Vysoký výskyt těchto jednotek ve Sportu nás nepřekvapil, neboť jsme počítali s tím, že se profesionalismů ve sportovní publicistice bude objevovat hodně. Podobné je tomu u jednotek cizích, v našem případě citátových slov, se kterými se ve sportovních textech počítá z toho důvodu, že se řada internacionalismů nepřekládá do českého jazyka, nýbrž přejímá z jazyka původního. Oproti politickým textům jsme jich v těch sportovních identifikovali více než čtyřnásobek, do titulků však tyto jednotky zařazovali pouze redaktoři političtí.

Ve Sportu se objevovalo také více publicismů a frazémů než v politických komunikátech. Potvrdila se nám tak domněnka, že sportovní redaktoři užívají těchto prostředků často, což připisujeme projevu automatizace. Druhým nejčastěji používaným prostředkem byla expresiva, která se v článcích Sportu objevila ve 113 případech, v Mladé frontě DNES jich bylo 122. Zatímco však ve sportovní publicistice se většinou jednalo o nespecifikovaný citový příznak, političtí redaktoři většinou užívali slov s příznakem záporným, nejčastěji se jednalo o hanlivá a pejorativní slova.

Další početnou skupinu tvořila slova hovorová, kterých bylo ve Sportu 106 a v Mladé frontě DNES 87, a knižní (ve Sportu 31, v Mladé frontě DNES 34). Obrazných vyjádření využívali redaktoři obou periodik hojně. Nejčastěji užívanou sémaziologicko-onomaziologickou derivací byla jak v článcích Sportu, tak Mladé fronty DNES metafora.

Markantní rozdíl ve výskytu jsme zpozorovali u termínů, v Mladé frontě DNES se jich objevilo šestkrát méně (8) než ve Sportu (48). Přičítáme to faktu, že sportovní redaktoři často

komentují a hodnotí hráče na určitých pozicích v sestavě, které se nedají označit jinak než terminologicky. Opačně na tom byla slova nová, těch se v mnohem větší míře než ve sportovních užívalo v textech politických. Snaha zaujmout čtenáře neotřelým, novým pojmenováním byla v politické části patrná i z titulků, kde se objevila čtveřice neologismů.

V titulcích se ve Sportu nejvíce užívalo expresiv, v Mladé frontě DNES pak slov hovorových. Naopak některé lexikální prostředky nebyly užity vůbec v textech ani titulcích. Po dobu analýzy jsme se v našem vzorku nesetkali ani s jedním argotismem, regionalismem a poetismem, což připisujeme tomu, že se autoři chtěli vyhnout nesrozumitelnosti pro čtenáře. V člancích také chyběli zástupci dětských slov a dysfemismů.

Zjistili jsme, že pro sportovní publicistiku je příznačné užívání slangových výrazů, termínů, publicismů, nevětných frazémů a citátových slov. Pro politickou publicistiku jsou typické často se objevující neologismy, slova knižní či expresiva se záporným příznakem. Pro obě produkce pak platí, že se v textech běžně objevují slova hovorová, obrazná vyjádření a expresiva s nespécifickým i pozitivním příznakem (zejména slova familiární a laudativa).

Cíle práce byly naplněny tím, že jsme vytvořili teoretický rámec, podle kterého jsme následně identifikovali, kvantifikovali a porovnali lexikální příznakové jednotky v člancích i titulcích dvou periodik. Výskyty jednotek v titulcích i člancích byly pro přehlednost zaznamenány do tabulek, které jsou součástí této práce. K identifikaci jsme využili několik slovníků, které jsou zmíněny v seznamu literatury.

7. Seznam zkratek

MF DNES = Mladá fronta DNES

8. Seznam použité literatury

- BARTOŠEK, J. *Jazyk současné české politiky*. 1. vyd. Olomouc, 1993. ISBN 8070673311.
- BARTOŠEK, J. *Úvod do studia žurnalistiky : studijní texty pro distanční studium*. 2. přeprac. vyd. Olomouc, 2001. ISBN 8024402351.
- BARTOŠEK, J. *Žurnalistika : úvod do studia*. 1. vyd. Olomouc, 1997.
- BEČKA, J. V. *Česká stylistika*. Praha, 1992. ISBN 80-200-0020-8.
- BEČKA, J. V. *Jak psát dobře a správně*. 1. vyd. Praha, 1974. ISBN (Brož.).
- BEČKA, J. V. *Jazyk a styl novin*. 1. vyd. Praha, 1973. ISBN (Brož.).
- BEČKA, J. V. *Sloh žurnalistiky*. 1. vyd. Praha, 1986.
- BĚLOHRADSKÝ, V. *Společnost nevolnosti : eseje z pozdější doby*. Vyd. 1. Praha, 2007. ISBN 9788086429809.
- ČECHOVÁ, M. a kol. *Současná stylistika*. Praha, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.
- ČECHOVÁ, M. *Současná česká stylistika*. Vyd. 1. Praha, 2003, ISBN 80-866-4200-3.
- ČERMÁK, F. a kol. *Slovník české frazeologie a idiomatiky 2: výrazy neslovesné*. Praha, 2009. ISBN 9788073352172
- ČERMÁK, F. a kol. *Slovník české frazeologie a idiomatiky 3: výrazy slovesné*. 2. vyd. Praha, 2009. ISBN 9788073352189
- ČERMÁK, F. a kol. *Slovník české frazeologie a idiomatiky 4: výrazy větné*. Praha, 2009. ISBN 9788073352196
- ČERVENÁ, V. *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost: s dodatkem Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky*. Vyd. 2., opr. a dopl. Praha, 1998, ISBN 80-200-0493-9.
- CHLOUPEK, J. *Stylistika češtiny*. Praha, 1991. ISBN 80-04-23302-3.
- CHLOUPEK, Jan. *Dichotomie spisovnosti a nespisovnosti*. Vyd. 1. Brno, 1986, ISBN 55-

959-86.

ČMEJRKOVÁ, S. a kol. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. 1. vyd. Praha, 1997. ISBN 8020006176.

ČMEJRKOVÁ, S. a kol. *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. 1. vyd. Praha, 1996, ISBN 80-200-0589-7.

DĚKANOVSKÝ, J. *Sport, média a mýty: zlatí hoši, královna bílé stopy a další moderní hrdinové*. 1. vyd. Praha, 2008. ISBN 978-807-3631-314.

FILIPEC, J. a ČERMÁK, J. *Česká lexikologie*. Praha, 1985. ISBN 21-011-86.

GREPL, M. a kol. *Příruční mluvnice češtiny*. Praha, 2003. ISBN 8071061344.

HAUSER, P. *Nauka o slovní zásobě*. 1. vyd. Praha, 1980, ISBN 14-475-80.

HAVRÁNEK, B. Úkoly spisovného jazyka a jazyková kultura In: *Spisovná čeština a jazyková kultura*. Praha, 1932.

HUBÁČEK, J. *Malý slovník českých slangů*. Ostrava, 1988.

HUBÁČEK, J. *Učebnice stylistiky*. Praha, 1987.

HUGO, J. a kol. *Slovník nespisovné češtiny: argot, slangy a obecná mluva od nejstarších dob po současnost: historie a původ slov*. Praha, 2006. ISBN 8073450860

JEDLIČKA, A. a kol. *Základy české stylistiky*. Praha, 1970.

JÍLEK, V. *Lexikologie a stylistika nejen pro žurnalisty*. Olomouc, 2005.

JÍLEK, V. *Lexikologie a stylistika*. Olomouc, 2000.

JÍLEK, V. *Psaná publicistická sdělení v kontextu teorie komunikace*. Olomouc, 2004

JÍLEK, V. *Žurnalistické texty jako výsledek působení jazykových a mimojazykových vlivů*. Olomouc, 2009. ISBN 978-80-244-2218-3.

KRČMOVÁ, M. a kol. *Stylistika současné češtiny*. 1. vyd. Praha, 1997. ISBN 8085866218.

LOTKO, E. *Slovník lingvistických termínů pro filology*. 3. nezměn. vyd. Olomouc, 2003, ISBN 80-244-0720-5.

MARTINCOVÁ, O. a kol. *Nová slova v češtině: slovník neologizmů 2*. Praha, 2004. ISBN 8020011684.

MINÁŘOVÁ, E. *Stylistika pro žurnalisty*. Praha, 2011. ISBN 978-802-4729-794.

MISTRÍK, J. *Štylistika*. 1. vyd. Bratislavam 1985, ISBN 67-216-85.

MLČOCH, M. *Charakteristické rysy jazyka psané sportovní žurnalistiky*. Olomouc, 2002. ISBN 80-244-0397-8.

MLČOCH, M. *Sportovní reportáž jako typ komunikační situace (Analýza pořadu S mikrofonem za hokejem)*. In Hovorená podoba jazyka v médiích. Nitra, 2008.

OSVALDOVÁ, B. a HALADA, J. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. dopl. vyd. Praha, 2002. ISBN 8072771086.

OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. 2., upr. vyd. Praha, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9.

OSVALDOVÁ, B. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha, 2001. ISBN 8024602482.

TRAMPOTA, T. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha, 2006. ISBN 8073670968.

Internetové zdroje

BARTOŠEK, J. *Tlak profese – specifický faktor ovlivňující jazyk žurnalistiky* [online]. Naše řeč. 2002, roč. 85, č. 2. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7673>

CHLOUPEK, J. *Funkční styly dnes* [online]. Naše řeč. 1994, roč. 77, č. 2. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7174>

CHLOUPEK, J. *O sociální a územní rozrůzněnosti češtiny* [online]. Naše řeč. 1969, roč. 52, 2-3. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5440>

FILIPEC, Josef. *Naše současná společnost, slovní zásoba a slovníky*. Naše řeč [online]. 1992, roč. 75, č. 1. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7045>

MF DNES. *Mediální skupina Mafra* [online]. Dostupné z: http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_produkty-a-sluzby_mlada-fronta-dnes.htm

ŠIMANDL, J. *Jak se šíří vychytávání I* [online]. Naše řeč. 2004, roč. 87, č. 2. Dostupné z:

<http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=7768>

ÚSTAV PRO JAZYK ČESKÝ AV ČR. *Internetová jazyková příručka* [online]. 2014
Dostupné z: <http://prirucka.ujc.cas.cz>

9. Seznam tabulek

Tabulka 1– Celkový výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v titulcích Sportu	49
Tabulka 2 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v člancích Sportu	49
Tabulka 3 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v titulcích MF DNES	50
Tabulka 4 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v člancích MF DNES	50
Tabulka 5 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v titulcích jednoho vydání Sportu	50
Tabulka 6 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v člancích jednoho vydání Sportu	51
Tabulka 7 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v titulcích jednoho vydání MF DNES	51
Tabulka 8 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle příslušnosti k nespisovným útvarům národního jazyka v člancích jednoho vydání MF DNES	51
Tabulka 9 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v titulcích Sportu	52
Tabulka 10 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v člancích Sportu	52
Tabulka 11 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v titulcích MF DNES	52
Tabulka 12 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v člancích MF DNES	52
Tabulka 13 - Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v titulcích jednoho vydání Sportu	53
Tabulka 14 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v člancích jednoho vydání Sportu	53
Tabulka 15 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v titulcích jednoho vydání MF DNES	53
Tabulka 16 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle slohových příznaků v člancích jednoho vydání MF DNES	53
Tabulka 17 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v titulcích Sportu	54
Tabulka 18 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v člancích Sportu	54
Tabulka 19 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v titulcích MF DNES	54
Tabulka 20 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v člancích MF DNES	54
Tabulka 21 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v titulcích jednoho vydání Sportu	54
Tabulka 22 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v člancích jednoho vydání Sportu	55
Tabulka 23– Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v titulcích jednoho vydání MF DNES	55
Tabulka 24 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle časových příznaků v člancích jednoho vydání MF DNES	55
Tabulka 25 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v titulcích Sportu	56
Tabulka 26 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v člancích Sportu	56
Tabulka 27– Celkový výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v titulcích Sportu	56
Tabulka 28 – Celkový výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v člancích Sportu	56
Tabulka 29 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v titulcích MF DNES	57
Tabulka 30 – Celkový výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v člancích MF DNES	57
Tabulka 31 – Celkový výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v titulcích MF DNES	57
Tabulka 32 – Celkový výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v člancích MF DNES	57
Tabulka 33 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v titulcích jednoho vydání MF DNES	58
Tabulka 34 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v člancích jednoho vydání Sportu	58

Tabulka 35 – Průměrný výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v titulcích jednoho vydání Sportu.....	58
Tabulka 36 – Průměrný výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v člancích jednoho vydání Sportu.....	58
Tabulka 37 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v titulcích jednoho vydání MF DNES.....	59
Tabulka 38 – Průměrný výskyt lexikálních prostředků dle expresivity v člancích jednoho vydání MF DNES.....	59
Tabulka 39 – Průměrný výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v titulcích jednoho vydání MF DNES.....	59
Tabulka 40 – Průměrný výskyt expresivních lexikálních prostředků dle kvality v člancích jednoho vydání MF DNES.....	59
Tabulka 41 – Celkový výskyt citátových slov v titulcích Sportu.....	60
Tabulka 42 – Celkový výskyt citátových slov v člancích Sportu.....	60
Tabulka 43 – Celkový výskyt citátových slov v titulcích MF DNES.....	60
Tabulka 44 – Celkový výskyt citátových slov v člancích MF DNES.....	60
Tabulka 45 – Průměrný výskyt citátových slov v titulcích jednoho vydání Sportu.....	61
Tabulka 46 – Průměrný výskyt citátových slov v člancích jednoho vydání Sportu.....	61
Tabulka 47 – Průměrný výskyt citátových slov v titulcích jednoho vydání MF DNES.....	61
Tabulka 48 – Průměrný výskyt citátových slov v člancích jednoho vydání MF DNES.....	61
Tabulka 49 – Celkový výskyt pojmenování frazeologických a idiomatičtých v titulcích Sportu.....	61
Tabulka 50 – Celkový výskyt pojmenování frazeologických a idiomatičtých v člancích Sportu.....	61
Tabulka 51 – Celkový výskyt pojmenování frazeologických a idiomatičtých v titulcích MF DNES.....	62
Tabulka 52 – Celkový výskyt pojmenování frazeologických a idiomatičtých v člancích MF DNES.....	62
Tabulka 53 – Průměrný výskyt pojmenování frazeologických a idiomatičtých v titulcích jednoho vydání Sportu.....	62
Tabulka 54 – Průměrný výskyt pojmenování frazeologických a idiomatičtých v člancích jednoho vydání Sportu.....	62
Tabulka 55 – Průměrný výskyt pojmenování frazeologických a idiomatičtých v titulcích jednoho vydání MF DNES.....	62
Tabulka 56 – Průměrný výskyt pojmenování frazeologických a idiomatičtých v člancích jednoho vydání MF DNES.....	63
Tabulka 57 – Celkový výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v titulcích Sportu.....	63
Tabulka 58 – Celkový výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v člancích Sportu.....	63
Tabulka 59 – Celkový výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v titulcích MF DNES.....	63
Tabulka 60 – Celkový výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v člancích MF DNES.....	64
Tabulka 61 – Průměrný výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v titulcích jednoho vydání Sportu.....	64
Tabulka 62 – Průměrný výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v člancích jednoho vydání Sportu.....	64
Tabulka 63 – Průměrný výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v titulcích jednoho vydání MF DNES.....	64
Tabulka 64 – Průměrný výskyt sémaziologicko-onomaziologických derivací v člancích jednoho vydání MF DNES.....	65